



**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ: ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

***Збірник матеріалів
I Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих учених***

27 лютого 2019 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

**ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ
У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ
СОЦІОЛОГІЧНОЇ НАУКИ:
ДОСЛІДЖЕННЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

*Збірник матеріалів I Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів, аспірантів та молодих учених*

27 лютого 2019 р.

УДК 316.1
ББК 60.55

С88 Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених [Електронний ресурс]: зб. матеріалів I Всеукр. наук.-практ. конф. Студентів, аспірантів та молодих учених (Київ, 27 лютого 2019 р.) – Київ : КНЕУ, 2019 – 119 с.

ISBN 978-966-97642-4-9

У матеріалах I Всеукраїнської науково-практичної конференції розглядаються ряд пріоритетних питань щодо традицій та новацій соціологічної науки, а саме: соціальна взаємодія в умовах соціальних невизначеностей; стратегії розвитку соціологічної науки очима молодих вчених; традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні; соціологічна діагностика якості освітніх послуг; застосування оціночних технологій в соціологічних дослідженнях; традиції та новації в предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, конфлікти, тощо); соціологічне забезпечення управлінської діяльності; вторинна зайнятість студентської молоді; ціннісні орієнтації сучасної молоді; розвиток і функціональна роль середнього класу в країнах світу; інтеграція вимушених переселенців у приймаючі громади: соціологічний вимір; практики соціального діалогу в Україні; соціальні та медіа-комунікації; соціологічний вимір підприємницької діяльності.

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції.

УДК 316.1
ББК 60.55

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено

ISBN 978-966-97642-4-9

ЗМІСТ

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: стратегії розвитку соціологічної науки очима молодих вчених; традиції та новації в предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, конфлікти, тощо); соціологічне забезпечення управлінської діяльності

Багній В. Г. Управлінська культура сучасного менеджера	5
Даниленко О.А. Використання можливостей метода експертних оцінок у експрес-діагностиці системи управління персоналом	7
Зінченко Ю.Е. Політична культура майбутніх фахівців	10
Корнійчук О.О. Стан та тенденції розвитку сучасної сім'ї в Україні	11
Мариновська А.Ю. Сучасні тенденції у сфері управління персоналом у світі та в Україні: соціологічний аспект	14
Пархоменко А.О. Соціально-психологічні чинники корпоративної культури	19
Полякова А.В., Горбова Ю.С. Політизація мовленнєвих міфів	22
Ребро О.В. Соціологічний аналіз перспектив розвитку соціального простору м. Маріуполя	24
Терещенко Н.В., Терещенко О.В. Теоретико-соціологічні аспекти проблеми війни і миру в міжнародних відносинах	27
Черьомухіна О.К. Електоральні настрої та проблеми, які найбільше хвилюють населення України	31

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні; розвиток і функціональна роль середнього класу в країнах світу; практики соціального діалогу в Україні; соціологічний вимір підприємницької діяльності

Бабенко О. М. Неспроможність українських підприємців захистити свої права ...	35
Вонберг Т.В. Детінізація економіки як ключова проблема соціальної відповідальності	37
Іоніцой Є.Ю. Функціональна роль середнього класу в умовах економічної глобалізації.....	40
Panchenko B. Ways and directions of improvement of corporate culture in the field of human capital	43
Пржевальський М.М. Середній клас в Україні: стан та перспективи розвитку	45
Разумний О.В. Вдосконалення корпоративної культури в стратегії розвитку економіки та соціальної сфери України	49
Сироватка Д.О. Споживча поведінка населення України	52

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: соціальна взаємодія в умовах соціальних невизначеностей; соціальні та медіа-комунікації; соціологічна діагностика якості освітніх послуг застосування оціночних технологій в соціологічних дослідженнях

<i>Артамонова Н.О.</i> Соціальна комфортність навчальної діяльності старшокласників: обґрунтування поняття	55
<i>Батрак Д. А.</i> Спільне та різне: Україна та Польща	58
<i>Burbela V.</i> The role and functions of media communications in the modern information society	63
<i>Бутмерчук Д. Ю.</i> Масовизація вищої освіти: проблема чи норма	66
<i>Волкова А.М.</i> Вплив соціальних мереж на життя студента	69
<i>Громоздов В., Мартинюк О.</i> Результати децентралізації і реформи місцевого самоврядування: за матеріалами соціологічних досліджень ради Європи	73
<i>Ігнатенко О.В., Горбова Ю.С.</i> Сучасний образ жінки в медіа-просторі	75
<i>Коробцова С. С.</i> Вплив сучасних медіа-комунікацій на сучасні цінності молоді ...	78
<i>Лугова М. О.</i> Популяризація загальнолюдських цінностей засобами української соціальної відеореклами	81
<i>Проценко О.О.</i> Сучасне волонтерство: індивідуальні та інституціоналізовані практики	83
<i>Руссу Д.Є.</i> Альтернативна мобільність та формування довіри в суспільствах ризику (на прикладі автостопу)	86
<i>Скоулій В.Є.</i> Торгівля людьми як соціальне явище: теоретичне осмислення та досвід емпіричних досліджень	89

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 4

Тематичні напрямки: вторинна зайнятість студентської молоді; ціннісні орієнтації сучасної молоді; інтеграція вимушених переселенців у приймаючі громади: соціологічний вимір

<i>Велігоша Т.Ю., Горбов В.В.</i> Особливості та характеристики працевлаштування молоді	92
<i>Вергейчикова С. В.</i> Моральні цінності сучасної молоді	95
<i>Вітковська І.М.</i> Вимушені переселенці як об'єкт соціальної роботи громадських організацій	97
<i>Zarahulova A.</i> World culture in the context of the development of the spiritual potential of future specialists	100
<i>Данюкін Д.Д.</i> Маніакальні схильності та девіація серед молоді	103
<i>Плачковська О.О.</i> Уподобання та розвиток студентської молоді в сучасних умовах	105
<i>Чайка В. Г., Горбов В.В.</i> Вплив комп'ютерних ігор на свідомість	108
<i>Черьомухіна О.К.</i> Ціннісні орієнтації сучасної студентської молоді України	111
<i>Шандар І.М.</i> Цінність освіти сучасної молоді: гендерний аспект	113
<i>Щена М.О.</i> Стан громадянської активності сучасної молоді наприкладі дослідження у м. Мелітополь	115

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: стратегії розвитку соціологічної науки очима молодих вчених; традиції та новації в предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, конфлікти, тощо); соціологічне забезпечення управлінської діяльності

Багній В. Г.

студент V курсу факультету транспортних технологій
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Україна

УПРАВЛІНСЬКА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

В сучасних умовах трансформаційної економіки і системних змін у професійній діяльності фахівців соціологічних професій важливого значення набуває управління персоналом, яке забезпечує успіх колективу підприємств, установ та організацій. Причому перспективним стає підхід до персоналу як до людських ресурсів, тобто орієнтація на ціннісні і професійні якості фахівців управлінського профілю [1, 2]. Отже всередині підприємства та колективу, у відносинах з людьми, первинною повинна бути повага до кожної особистості, незалежно від її заслуг [3].

Розглядаючи будь-яку проблему організації, вона перетворюється в проблему управління людськими ресурсами, яке повинне забезпечити безперервність процесу впливу на мікро- та макроколективи сучасних компаній для ефективної організації та консолідації зусиль кожної людини задля підвищення результативності трудової діяльності і досягнення найкращих результатів з необхідними для цього витратами.

В цьому зв'язку сучасним менеджерам для формування та розвитку відповідного рівня управлінської культури потрібно оволодівати практичними навичками щодо цілеспрямованої праці стосовно вдосконалення власних професійних навичок ділового спілкування. Це передбачає не лише постійне самопізнання, але і особисте самовдосконалення для ефективного управління персоналом в очолюваному колективі, тому що успіх у будь-якій справі на 80% залежить від керівника та на 20% - від підлеглих [4].

У Європі управлінська культура вже сформувалася і має устояні цінності, що орієнтують менеджерів на творчість, незалежність і взаємодію. На етапі формування і розвитку управлінської культури виникає проблема її взаємодії з європейською і східною культурами, збереження характерних рис української управлінської культури.

Розглядаючи цінності, які покладені в основу цього виду культури, вітчизняні соціологи виокремлюють наступні цінності [5]:

- бути незалежним – 58,6%;
- мати близьких за духом співробітників – 39,7%;
- заробляти гарні гроші, мати високий рівень життя – 34,8%;
- реалізовувати свої особистісні соціально-психологічні якості – 34,2%;
- працювати з висококваліфікованими колегами – 31,2%;
- створювати собі високу ділову репутацію – 27,6%;
- реалізовувати свої професійні, якості – 25,5%;
- працювати над складними, цікавими проблемами і реалізовувати організаторські здібності – 20%;
- зайняти престижну посаду – 6,1%.

Причому інтегрування процесу управління людськими ресурсами в загальну стратегію розвитку організації полягає у визнанні економічної доцільності капіталовкладень, при якій витрати на персонал розглядаються не як прикрі неминучі витрати, а як інвестиції в людський капітал, що є головним джерелом прибутку корпорації [6].

Підтвердженням цього є дані американського менеджменту, згідно з якими кожний долар, інвестований у підвищення потенціалу професійної компетентності особистості дає віддачу, що дорівнює 28 доларів. Тому не дивним є досвід передових компаній світу, в яких вкладені в людські ресурси засоби у бухгалтерських звітах були свідомо переміщені з графі «витрати» до графі «капіталовкладення».

Відтак, формування і розвиток управлінської культури повинно відбуватися в рамках системи менеджменту, зорієнтованої на людські ресурси і спрямованої на вирішення принципово нових, складних стратегічних завдань підвищення соціально-економічної ефективності сучасної організації [1, 2].

Отже люди перестали бути кадрами і зараз вони розглядаються вже як людські ресурси та головний чинник успіху, в зв'язку з чим їх цінність неухильно зростає. Такий підхід породжує зміни як в характері кадрової політики, яка стає активнішою і цілеспрямованішою, так і у самій управлінській культурі менеджерів, про що свідчать дані [3].

Виходячи з цього, розвиток персоналу стає основною ознакою конкурентоспроможності будь-якої організації.

Результати досліджень свідчать про важливість здатності керівника активно використовувати культурно-етичні інструменти управління з метою ефективного управління людськими ресурсами.

В сучасний період найбільш вагомим значення в управлінні людськими ресурсами набувають управлінські якості керівника, які визначаються його професійною підготовкою і досвідом.

Встановлено, що коли керівник не виступає в ролі лідера, підлеглі реалізують лише 60-65% своїх можливостей, виконуючи обов'язки у тій мірі, яка дозволяє їм продовжувати роботу [4].

Таким чином, в сучасних умовах управлінська культура, набуваючи інтегрованого характеру, стає за своїм змістом та спрямуванням гуманітарною та соціально-технологічною. При цьому пріоритетним напрямом щодо вдосконалення повинні стати людинознавчі знання, адекватна поведінка людини в організації і суспільстві, розкриття творчого потенціалу керівника, культура ділового та особистісного спілкування, уміння працювати в команді і створювати її, бути справжнім лідером в колективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шконда В.В. Актуальні проблеми розвитку людського потенціалу України на сучасному етапі // Теорія та практика розвитку людського потенціалу на сучасному етапі: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції вчених, студентів і практиків / Голов. ред. В.В. Шконда. – Донецьк: Норд-Прес, 2012. – С.32-39.
2. Шконда В.В., Кальянов А.В. Проблеми розвитку людського потенціалу на сучасному етапі: Монографія. – Донецьк: Донбас, 2012. – 211 с.
3. Робінс Стефан П., Ченців Д., Девід А. Основи менеджменту / Пер. с англ. А. Олійник та інші. – К.: Вид-во Соломії Павличенко «Основи», 2002. – 671 с.
4. Нижник Н., Пашко Л. Управлінська культура: теоретичне поняття чи управлінська поведінка // Політичний менеджмент, 2005. - №5. – С.103-111.
5. Юрій М.Ф. Соціологія. – К.: Дакор, 2004. – 552 с.
6. Мухаровский М., Рудовская Н., Глухова О. Персонал – новый объект подтверждения соответствия // Персонал. – 2002. - №7. – С.91-95.

Даниленко О.А.

доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

ВИКОРИСТАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ МЕТОДА ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК У ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИЦІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Експрес-діагностика системи управління персоналом організації (СУП) – це швидке оцінювання організаційних, економічних, соціальних, психологічних проблем та недоліків

у функціонуванні СУП за визначеними критеріями. Вона доповнює методи традиційного аналізу, дозволяє проранжувати виявлені проблеми, виявити найбільш неефективні сфери, які вимагають першочергового впливу.

Основним інструментом експрес-діагностики СУП, на нашу думку, є метод експертних оцінок за допомогою внутрішнього опитування/анкетування фахівців цієї справи. Для опитуваних вона не займає багато часу і не вимагає особливих зусиль. Серед керівництва організації такими експертами, наприклад, можуть бути заступники директора з економіки, з управління персоналом, маркетингу, збуту, провідні топ-менеджери, професіонали різних підрозділів, здатні надати потрібну інформацію.

Анкетування, індивідуальні і колективні бесіди, інтерв'ювання вибраних експертів при експрес-діагностиці СУП найбільш результативні для оцінки задоволеності працею, ставлення до роботи, взаємин в колективі, мотивації до праці, ефективності діяльності керівництва і системи винагород і компенсацій і т.д.

Загалом інтерв'ю – найбільш застосовуваний інструмент збирання інформації, що використовується для одержання інформації для аналізу робочого процесу, з'ясування суджень працівників по визначених питаннях. У ході інтерв'ю кожен наступний факт доповнює чи спростовує попередні, розкриває побічні факти і несподівані взаємозв'язки, впливи чи обмеження. У сфері управління персоналом одержувані коментарі дозволяють експертам визначити сфери, що вимагають оптимізації.

Один з найбільш об'єктивних і економічних підходів при експрес-діагностиці СУП – це проведення опитування за допомогою анкетування щодо ставлення працівників до роботи. Загалом використання анкет дозволяє одержати велику кількість фактів від значного числа працівників. Анкетування представляють собою, як правило, самостійне заповнення анкет респондентом чи запитальником. Цей інструмент використовують досить часто, тому що інтерв'ю – коштовна процедура, і звичайно використовується тільки стосовно деяких працівників, наприклад, для опитування експертів.

Опитування працівників за допомогою анкетування при експрес-діагностиці СУП особливо результативні для оцінки взаємин у колективі, мотивації до праці, ефективності діяльності керівництва і системи винагород і компенсацій. Крім того, анкетні опитування звичайно приводять до більш щирих відповідей, ніж віч-на-віч з інтерв'юером.

Особлива увага при цьому приділяється оцінці фінансовим і бухгалтерським документам, даним аналітичного і синтетичного обліку, а також витратам на утримання персоналу. Виконане дослідження дозволяє виявити відхилення від норм і стандартів, виявити сильні і слабкі сторони СУП організації, виявити як сьогоденні, так і майбутні проблеми (ризики), провести аналіз причин їх виникнення, запропонувати керівництву

рекомендації для подальших дій.

У табл. 1 наведений приклад опитувального листа, який складається із переліку симптомів, які експертам пропонується оцінити за п'яти бальною шкалою від 0 балів (симптом зовсім не проявляється в організації) до 5 балів (симптом проявляється з максимальною силою). Чим більша цифра у відповіді, тим більш важливою й «хворобливою» є проблема у СУП організації.

Таблиця 1

ПИТАННЯ ДЛЯ ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКИ СУП ОРГАНІЗАЦІЇ

№	Питання	Бали
1.	Підприємство не уміє управляти витратами на персонал	
2.	Не оцінюють співвідношення витрат і вигод кожної з дій у СУП	
3.	Системи відбору, просування, навчання, атестації і стимулювання не відповідають стратегії розвитку організації	
4.	Підприємство не має сформульованої політики управління персоналом	
5.	Неякісне стратегічне планування персоналу	
6.	Менеджери не знають і не уміють користуватися фінансовими інструментами	
7.	Персонал не достатньо мотивований	
8.	Менеджери не володіють основами маркетингу, економіки, професійними знаннями	
9.	Плиньність кадрів ключового персоналу	
10.	Одні категорії персоналу переобтяжені, інші – не завантажені	
11.	Погана система контролю (обліку) персоналу	
12.	Погано розподілені обов'язки – відповідальність	
13.	Недостатньо інформації для ухвалення рішень	
14.	Погана виконавська дисципліна	

Результати експрес-діагностики СУП методом експертних оцінок дозволяють оцінити досягнення, проблеми і недоліки основних процесів СУП, дослідник отримує швидко й якісно «моментальний знімок» СУП організації, не вдаючись до великих фінансових витрат. Переваги даного методу – простота та відсутність тривалих процедур. Керівництво має можливість своєчасно приймати управлінські рішення у разі виявлення «вузьких місць».

ПОЛІТИЧНА КУЛЬТУРА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

Кожне суспільство має свою характерну конфігурацію політичної культури. Це залежить від його ці торії, соціально-класової структури, типу й характеру політичної системи, економічних підвалин та інших обставин.

Українська політична культура в загальних рисах повторює загальноєвропейські типи політичних культур, але вона все ж має певні особливості, якими не варто нехтувати. Деякі з них перебувають ще на стадії становлення, інші відмирають.

Одним із суттєвих наслідків процесу демократизації в Україні є наявність різних політичних поглядів, плюралізм ідеологій і концепцій у політичній культурі. Стався перехід від моноціннісного сприйняття політичного життя до плюралістичної картини владно-політичних відносин. Особливо це характерно для сучасної молоді, але при цьому виникає потреба у формуванні загально національної ідеології не на класовому рівні, а на культурно-історичному ґрунті.

Нинішні владно-підвладні відносини, за Конституцією України, повинні базуватися на якісно новому культурно-політичному і психологічному фундаменті. Політологи В.Валевська, С. Рябов, М. Томенко все частіше звертаються до простору цінностей і смислів так званої «ідеології культури», що передбачає врахування світоглядних цінностей, які можуть консолідувати нацією в єдине соціокультурне ціле [1, с.138].

На неоднорідність політичної культури впливає й регіональний менталітет, зумовлений міжконфесійними відмінностями, особливостями віровчень та культової практики православ'я й уніанства. Так, наприклад, православний більше підпорядковується дисципліні під впливом зовнішніх обставин, а греко-католик – внутрішніх. Усі ці обставини зрештою впливають на еволюцію політичної культури в Україні та на політичне мислення майбутніх фахівців [2, с.73-74].

Позитивною характеристикою української політичної культури є полісуб'єктність. У незалежній Україні кількість суб'єктів, носіїв активістського типу політичної культури, особливо останнім часом, значно зросла. Зросла роль громадських організацій, зародилася багатопартійна система, зріс рівень політичної культури громадян. Проте цього не достатньо, якщо порівнювати із західними країнами.

Отже, набуття особистістю майбутніх фахівців культури політичної участі є двоєдним процесом, оскільки він пов'язаний, з одного боку, з усвідомленням себе суб'єктом саморозвитку, вірою у власні сили і можливості, адекватною оцінкою власних потенцій, а з іншого – з формуванням особистості як суб'єкта не лише власного, а й суспільного поступу [1, с.179].

Політична культура трансформаційних суспільств (України, зокрема) дуже часто набуває демагогічного забарвлення, політичного критиканства та популізму. Політична критика – це ще не опозиційність. У певних випадках вона є варіантом егоїстичного популізму [3].

Політична культура є складним, динамічним, багаторівневим феноменом, який формується під впливом економічних, суспільно-владних, духовних процесів у тій чи іншій державі. У свою чергу, політична культура як самостійне явище здійснює постійний вплив на інші сфери розвитку суспільства та особистості громадян.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитренко М. Особливості сучасної української політичної культури: проблема визначення // Політичний менеджмент. – 2005. -№5(14). – С.134-135.
2. Дудатьєв А.В. Самоідентифікація – фактор формування та розвитку соціокультурної системи // XXI століття: альтернативні моделі розвитку суспільства. Третя світова теорія. Матеріали IV міжнародної науково-теоретичної конференції, 26-27 травня 2005 року, м. Київ. – Ч.1. / Ред.: Г.П. Балабанова. – К.: Фенікс. 2004. – С.73-74.
3. Дембицька Н.М. Демократизація суспільства як становлення партнерських відносин між політичною владою і особистістю // XXI століття: Альтернативні моделі розвитку суспільства. Третя світова теорія. Матеріали IV міжнародної науково-теоретичної конференції, 28-29 травня 2003 року, м. Київ. / Ред.: Г.П. Балабанова. – К.: Фенікс. 2004.

Корнійчук О.О.

студент I курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ СІМ'Ї В УКРАЇНІ

Сім'я тісно пов'язана із суспільством, вона є його активним елементом. Кожний член сім'ї входить в різні соціальні об'єднання, в різні соціальні групи. Водночас сім'я впливає на стосунки в суспільстві й на всі процеси соціального життя. Зміни, які відбуваються у сучасних суспільства зачепили й інститут сім'ї. При цьому Україна знаходиться на

перехресті культур, світосприйняття і часто змушена вибирати між усталеними або новітніми цінностями. Саме в цьому і полягає актуальність питання. Можна визначити наступні тенденції розвитку сучасної сім'ї: збільшення кількості розлучень; збільшення кількості неповних сімей та дітей, народжених поза шлюбом; зниження рівня народжуваності; зменшення середньої тривалості шлюбу; відкладання часу вступу до шлюбу; збільшення кількості самотніх людей, які не одружуються; зменшення кількості повторних шлюбів; проживання подружніх пар без оформлення шлюбу; зміна відносин між дітьми та батьками (вони стали більш гнучкими, рухливими та рівноправними). Важливо відмітити, що вищезгадані тенденції відбуваються в усьому світі, проте українська дійсність в даній сфері має свої особливості. Ми спробуємо проаналізувати стан та тенденції сучасної української сім'ї, як соціального . Для цього потрібно зазначити основні функції сім'ї. Функції сім'ї — історичні, зумовлені соціально-економічним станом суспільства. Під впливом еволюції суспільства змінюються їх характер та ієрархія.

Із сімейних функцій є одна важливіша, вона найбільшою мірою характеризує сім'ю як соціальний інститут і наявна в усіх суспільствах без винятку. Це репродуктивна функція, яка полягає у відтворенні населення. Ще одна дуже важлива функція інституту сім'ї, яка зв'язана з репродуктивною функцією, — функція соціалізації, що полягає в навчанні, і догляді за дітьми, їх соціальному захисті. Реалізація функції соціалізації відбувається через цілеспрямований вплив на людину з метою формування певних моральних і фізичних якостей, звичок, навичок, установок, цінностей, прищеплення відповідних зразків і норм поведінки. Водночас сім'я виконує комунікативну функцію, тобто задовольняє потребу людини у духовному спілкуванні, яке ґрунтується на взаєморозумінні і взаємопідтримці.

Нині за умов глибокої економічної кризи особливої значимості набула економічна функція сім'ї. Вона актуальна передовсім щодо старих батьків — пенсіонерів, які нині перебувають у скрутному економічному становищі і потребують матеріальної допомоги від інших членів сім'ї. Розглянути питання якості або успішності виконання даних функцій українським суспільством можливо через аналіз статистичних даних. Звісно, тенденції розвитку більшості функцій сім'ї важко дослідити в статистичній площині, наприклад комунікативну функцію, але можливо на основі певних опосередкованих статистичних даних робити відповідні висновки. Джерелом соціологічної інформації слугуватиме Державна служба статистики України. Розглянемо декілька аспектів з демографічної сфери України через призму статистики[1,с.41]. Аналіз статистичних даних дозволяє зробити висновок про те, що явище депопуляції (або виродження, тобто переважання кількості померлих над кількістю новонароджених), уперше зафіксоване 1991 р., нині лише ледве пригальмувало свої темпи. Якщо, починаючи з 1995 р., країна в мирний час щороку не

дораховувалася по 300-375 тис. своїх громадян, що рівнозначно зникненню таких міст, як Херсон або Севастополь, то у 2007 р. уперше зафіксовано зниження рівня від'ємного балансу між померлими і новонародженими і в абсолютних величинах, і у коефіцієнтах природного приросту населення.

Подальший аналіз статистичних даних [1,с.72]дозволяє спостерігати вражаючу послідовність збільшення середнього віку чоловіків і жінок, які вперше взяли шлюб. Дана тенденція більшою мірою виражена серед чоловічої половини населення. Для пояснення причин даної тенденції, а також тенденцію низької народжуваності, необхідно звернутись до двох основних факторів. Це економічний та глобалістичний. Вищезгадані явища значною мірою зумовлені погіршенням економічних умов існування. Зубожіння населення унеможлиблює реалізацію господарсько-побутової функції сім'ї. Водночас українці намагаються наслідувати ті норми та ідеали, які спостерігаються у розвинутих країнах. Їх варто пояснювати як наслідок зміни мислення і світогляду в світі загалом. Саме цей фактор умовно можна назвати «глобалістичним»

Таким чином, у нашому суспільстві можливості реалізації функцій сім'ї вкрай обмежені. Сім'я в Україні потребує серйозної уваги і допомоги. Для вирішення кризових тенденцій сучасної сім'ї наша держава проводить відповідну сімейну політику. Зокрема, найбільш актуальними напрямками сімейної політики сучасної української держави є визначення заходів, спрямованих на зміцнення інституту сім'ї, підвищення рівня шлюбності та запобігання дестабілізації сімей, розлученням, нарощення її соціального потенціалу, створення сприятливих умов для її функціонування як одного з основних агентів соціалізації особистості. Проте, демографічна політика в країні повинна мати комплексний підхід. З одного боку це застосування економічно-правових важелів, наприклад:

1. Поновити сімейне законодавство України шляхом створення нового Кодексу про шлюб та сім'ю з урахуванням кризової соціальної ситуації в державі: конкретизувати питання про власність подружжя, порядок укладення шлюбних контрактів, нормативні аспекти припинення шлюбу, правові обов'язки батьків щодо виховання та забезпечення дітей.

2. Виробити державні та ринкові механізми кредитування і підтримки молодих та малозабезпечених родин, "інкубаторів" малого сімейного бізнесу (як-от: сімейних підприємств, навчальних закладів, центрів організації дозвілля тощо).

3. Запровадити державну експертно-ліцензійну службу для вирішення питань організації дитячих будинків сімейного типу, питань усиновлення тощо. З іншого боку необхідно застосування просвітницьких важелів, а саме: Проведення заходів, з метою

підвищення сімейної грамотності населення; для запобіганням таким явищам, як «небажане материнство», вимушені шлюби та інше.

Проте, на мою думку, не варто надто драматизувати стан сучасної сім'ї і розглядати її майбутнє лише у похмурій перспективі. Вітчизняні соціологи, як і їхні західні колеги, стурбовані наростанням негативних тенденцій і явищ у становищі сім'ї та внутрішньородинних стосунках, багато в чому зумовлених кризовим станом українського суспільства. Проте і вони зазначають появу позитивних змін, як-от: розширення свободи вибору для чоловіків і жінок, утвердження рівності становища і взаємин, зростання рівноправ'я в родині, більші можливості контактів між поколіннями, загалом більша орієнтація на сім'ю. Нинішні зміни відбуваються під знаком повернення цінностей родини як твердині виживання і добробуту. Дослідження життєвих орієнтацій населення країни протягом останніх років засвідчують доволі сталу тенденцію до пріоритету цінності сім'ї серед основних сфер життя. Для більшості людей на перше місце виходить турбота про забезпечення "нормального рівня життя для себе та своєї родини". Звідси й оптимістичні прогнози частини соціологів щодо розвитку сім'ї в ХХІ ст. як вільного союзу, заснованого на коханні, співробітництві, спільному веденні домашнього господарства й вихованні дітей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2018/zb_dy_2017.pdf

Мариновська А.Ю.

студент IV курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Сучасні тенденції на національному та світовому ринках праці свідчать про те, що українці почали звертати увагу не тільки на заробітню плату, а й на умови праці, які включають й практики управління персоналом. Аналіз наукової літератури, присвяченій даній тематиці, дозволив окреслити наукову проблему як невідповідність сучасним моделям функціонування управлінських практик в Україні. Управління – це функція організованих систем різної природи. Управління може бути реальним тоді, коли є

підпорядкування об'єкта суб'єкту управління. Управління персоналом – основа філософії бізнесу. Управлінець це, в першу чергу, обличчя закладу, установи, бізнесу чи департаменту. Іншими словами це невід'ємна складова життя сучасної людини, адже у 21 столітті робота є постійним місцем перебуванням соціалізованого індивіда. Практики управління є панівною причиною при втраті робочих кадрів.

Менеджмент персоналу – це діяльність на підприємствах, яка спрямована на найбільш ефективне використання працівників для досягнення організаційних і особистих цілей [1, с. 99]. В Україні на даний час існує велика проблема у сфері управління персоналом, адже багато установ не використовують нові методики у сфері менеджменту. Сучасні тенденції в управлінні персоналом, це показник, куди нам потрібно рухатися у майбутньому як працівникам, що шукають роботу, так і управлінцям, котрі набирають персонал .

Проте для людини у різних умовах є панівні причини для внутрішнього стимулювання до роботи. Визначимо основні стимули і мотивуючі критерії в професійній діяльності: будь-які стимулюючі дії повинні бути ретельно проробленими, причому насамперед тими, хто вимагає дій від інших; людям важливо відчувати радість від роботи, відповідати за її результати, бути особисто причетними до роботи з людьми, щоб їхньої дії були для когось конкретно важливі; кожний на своєму робочому місці покликаний показати те, на що він здатний; будь-яка людина прагне виразити себе в праці, пізнати себе в його результатах, одержувати реальні докази того, що він здатний робити корисне, зв'язане з ім'ям свого творця; важливо цікавитися відношенням людей до потенційних поліпшень умов їхньої роботи; кожному працівнику варто надати можливість оцінити свою значимість у колективі; у досягненні мети, яку працівник сам собі визначив чи у формулюванні якої він взяв участь, він виявить значно більше енергії; гарні працівники мають повне право на матеріальне і моральне визнання; співробітники повинні мати вільний, безперешкодний доступ до всієї необхідної інформації; будь-які серйозні рішення про зміни в роботі співробітників повинні прийматися при їхній особистій участі, з опорою на їхні знання і досвід, з урахуванням їх позиції; самоконтроль: повинний супроводжувати будь-які дії працівника; співробітникам повинна бути надана можливість постійно здобувати в процесі роботи нові знання й уміння; завжди варто заохочувати ініціативу, а не прагнути вичавлювати зі співробітників усе, на що вони здатні; співробітникам важливо постійно надавати інформацію про результати і якість їхньої професійної діяльності; кожен працівник по можливості повинний бути сам собі шефом [2, с. 121-123].

Міжнародна компанія Deloitte одна з провідних організацій світу в галузі професійних послуг, провела дослідження, щодо «Тенденцій у сфері управління

персоналом» у 2018 році, представивши 10 трендів на майбутнє у сфері управління персоналом. На сайті самої компанії надана наступна інформація: «Сьогодні організації стикаються з радикальними змінами контексту у сфері управління персоналом та на ринку праці загалом. Проведене опитування, що охопило більш ніж 10 000 осіб, серед яких – як керівники компаній, так і керівники HR-функцій зі 140 країн світу, дозволило нам виділити 10 трендових напрямків, на яких компаніям варто зосередити увагу задля покращення процесів організації, управління, розвитку та залученості персоналу» [3]. Серед опитуваних було 160 респондентів з України. Таке глобальне дослідження у цій галузі проводиться уже 6-й раз і вже другий раз в Україні.

За результатами дослідження було визначено не тільки важливість тенденцій для самих респондентів, а й готовність до змін. Було представлено два окремих графіка для респондентів з України і для результатів опитування респондентів в усьому світі. За результатами найважливішою тенденцією є єдність менеджменту, як мистецтва самоуправління – 88%, цінність досвіду у порівнянні з посадою, яку займає працівник – 82%, дані про працівників – 81%, екосистема трудових ресурсів – 78%, комунікація без меж – 76%, нові системи винагород – 73%, залученість суспільства та соціальний вплив – 72%, добробут та стабільність персоналу – 69%, штучний інтелект, робототехніка та автоматизація – 68%, переваги залучення до співпраці різних поколінь – 51%.

Відповідно до отриманих результатів було показано до яких з цих трендів готові люди в Україні : єдність менеджменту як мистецтва самоуправління, готові на 43% , цінність досвіду у порівнянні з посадою, яку займає працівник – на 43%, дані про працівників – на 43%, екосистема трудових ресурсів – на 43%, комунікація без меж – на 53%, що є найкращим результатом, нові системи винагород – на 46%, залученість суспільства та соціальний вплив – на 46%, добробут та стабільність персоналу – на 42%, штучний інтелект, робототехніка та автоматизація – на 33%, переваги залучення до співпраці різних поколінь – на 28%.

Все ж таки Україна має найдешевший інтернет у Європі і тому готовність до співпраці може бути цілодобовою, що підвищує і рівень роботи на фрілансі. Найнижчим показником готовності є залучення різних поколінь – в Україні різниця між поколіннями відчувається досить суттєво, старші покоління не бажають вивчати нові технології, а низький рівень конкуренції у більшості сфер діяльності бізнесу не провокує керівництво влаштовувати курси для своїх працівників.

На думку усіх респондентів разом найголовнішою тенденцією є єдність менеджменту як мистецтво самоуправління – 85%, готовність до якої є 46%, дані про працівників є другою важливою тенденцією з показниками також у 85% в з 37% готовністю

до неї. Менш за все цінною є тенденція до екосистеми трудових відносин – 65% і з результатом готовності до неї у 49%.

Серед респондентів з України 88% вважають цей тренд важливим. Світове опитування зазначає, що на думку 42% респондентів топ-менеджер є самостійними і можуть самі керувати своїми функціями, та співпрацювати лише при потребі підлеглих. При цьому 20% учасників опитування вважають, що топ-менеджер лише іноді працює у партнерстві над спільними ініціативами. Основними тезисами, які визначає компанія Deloitte є перехід компаній до більш спрощеної системи управління, де працівники можуть напяму спілкуватися з керівництвом, що знижує бюрократичний оборот усередині компанії.

Не менш важливим є і тенденція до відповідності ціннісному досвіду із посадою, що було важливим і для студентів у опитування, вторинний аналіз якого був у попередньому розділі. Серед респондентів з України 82% вважають цей тренд важливим і 43% учасників опитування повідомляють, що їх компанії готові слідувати даній тенденції. Також 37% респондентів вважають, що кар'єрні шляхи залежать від потреб організації, у 18% українських респондентів кар'єрні можливості є гнучкими та можуть бути адаптовані працівником для задоволення потреб.

Одною з найважливіших тенденцій, на думку 78% опитуваних є екосистема трудових ресурсів, котра полягає у тому, що управління ресурсами виходить за рамки корпорації. Роботодавці очікують, що протягом наступних кількох років залежність від контрактних, позаштатних і гіг-працівників стрімко зросте. Різноманіття ринку праці потребує від HR-лідерів та лідерів бізнесу активної співпраці при розробці інтегрованих стратегій та програм в управлінні працівниками різних категорій та оптимізації екосистеми персоналу в цілому. І 43% опитуваних респондентів повідомляють, що їх компанії готові слідувати даній тенденції.[4]

Основним, на думку Deloitte є диверсифікований портфель працівників, погляди міленіалів і представників покоління Z, а також готовність компанії іти на ризики. Generation Z (також відома як Generation M, Net Generation, і Internet Generation) – термін, що застосовується для людей, які народилися між другою половиною дев'яностих та другою половиною двохтисячних.[5, с. 15-16]

Серед респондентів 47% зазначило, що основна частина їхніх працівників - традиційні працівники. Якщо назвати працівників від традиційних, до відкритих, то компанія Deloitte вказує таку послідовність : штатні працівники, партнери, контактори, фрілансери, гіг-працівники, краудворкери.

Переваги залучення до співпраці різних поколінь займає одну з гірших позицій у трендах в Україні, через традиційні переконання про те, що навчання закінчується у 20 років, а кар'єра у 40. Данна тенденція спрямована на розширення рамок традиційного «робочого віку». Вже 51% респондентів з України вважає, що цей тренд є важливим і 28% учасників опитування повідомляють, що їх компанії готові до залучення до співпраці людей різних поколінь. Це збільшує тривалість життя, допомагає людям похилого віку залучатися до роботи, це ціно для компанії, що прагне зберігати надбаний працівниками опит [6, с 1-18].

За результатами опитування було представлено інформацію, за якою в Україні майже 27% компаній вважає, що вік є недоліком, 7% вважає, що вік є перевагою. У світі вік розглядається як перевага у 18% компаній. Серед респондентів 55% зазначило, що в їх організаціях працівники старшого віку керують власною кар'єрою в рамках існуючої моделі роботи. Проте 18% респондентів вважає працівників старшого віку як перешкоду в розвитку нових талантів. Респонденти у 19% стверджують, що їх компаніях створено цільові ролі для старших працівників, щоб використовувати їх досвід та переваги, а 8% учасників дослідження підтримують співпрацю з працівниками старшого віку, аби керувати стратегією їх кар'єри та виходу на пенсію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ганза І.В. Теоретико – методичні аспекти впливу управління персоналом на ефективність системи управління підприємством УДК 657 Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1(19)
2. Балабанова Л. Управління персоналом: Навчальний посібник/ Людмила Балабанова, Олена Сардак,; Мін-во освіти і науки України, ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. - К.: Професіонал, 2006. - 511 с.
3. Інтернет стаття «Результати дослідження компанії Делойт.» -[Електронний ресурс] – режим доступу <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2018.html>
4. Інтернет видання «Міжнародне дослідження Deloitte «Тенденції у сфері управління персоналом – 2017» -[Електронний ресурс] – режим доступу <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/human-capital-trends-2017.html#>
5. Tapscott, Don (2008). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World. McGraw-Hill.
6. Інтернет видання «GlobalHumanCapitalTrends 2018 Міжнародні тенденції в сфері управління персоналом у 2018 році: створімо майбутнє сфери управління персоналом разом!» - [Електронний ресурс] – режим доступу <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/global-human-capital-trends-2018.html>

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

У сучасний період трансформації соціуму в Україні дуже важливим є виконання трьох основних завдань: формування гармонійної особистості, становлення і розвиток гармонійного суспільства та формування гармонійної природи. У їх відтворенні відповідна роль та цільові функції належать соціально-психологічним детермінантам, які визначають рівень корпоративної культури людини, малої групи, мікро та мікроколективу [1, 2].

Корпоративна культура істотно впливає на формування гармонійної суб'єкт - суб'єктної моделі взаємодії учасників навчально-виховного процесу в умовах вищої школи [3].

Врахування їх соціально-психологічних особливостей оптимізує можливості й інтереси індивідуума та академічної студентської групи, стає важливим атрибутом їх корпоративної культури, необхідним для створення ефективної системи навчально-виховної роботи. При цьому, методологічну й теоретичну базу досліджень складають структурні компоненти особистості учасників навчального процесу та фактори медійної освіти у вищому навчальному закладі [3].

Формування і розвиток корпоративної культури в процесі професійно-особистісного становлення майбутніх фахівців дозволяє щонайповільніше використовувати її в якості інструмента ефективного управління різними контурами діяльності підприємств, установ та організацій, оптимізації соціально-психологічного клімату в трудових колективах, підвищення результативності управління.

Корпоративна культура дозволяє значною мірою узгоджувати проблему відповідності індивідуальної мети із загальною метою діяльності організації для створення і функціонування гармонійного культурного простору, який містить у собі цінності, норми та поведінкові моделі, що поділяються усіма працівниками організації.

Якщо культура організації (установи) узгоджується з її загальною метою, то вона може стати важливим чинником підвищення її корпоративної діяльності та ефективності. Відтак корпоративна культура як потужний стратегічний інструмент дозволяє орієнтувати усі підрозділи та окремих осіб на досягнення спільної мети, мобілізувати ініціативу

співробітників організації (установи), підвищити їх мотивацію і спрямованість, забезпечити продуктивну їх взаємодію.

При дослідженні корпоративної культури в малій групі доцільно враховувати три принципові позиції: лідерські якості (тип характеру, переконання, досвід), ситуацію (характер завдань, життєвий етап діяльності компаній, організаційні перемінні, соціально-політичні, соціально-психологічні та соціально-економічні умови), послідовників організації (їх тип характеру, цінності, пропозиції, переконання, злагожденість малих груп).

Терміни досягнення мети сучасних компаній (організацій) істотно зменшуються за рахунок впливу корпоративної культури на їх діяльність. У той же час в умовах відсутності або недостатнього рівня корпоративної культури період досягнення мети істотно збільшується через диспозиції цінностей, переконань, злагоженості у малих групах, що формують колектив сучасної компанії (організації). У певній мірі це пояснюється впливом різноманітних чинників на діяльність найменшої групи.

Серед них слід виділити такі фактори: підтримку позитивної мотивації персоналу, розробку стратегії узгоджених дій працівників, ініціювання загальних поглядів, моделювання тактики послідовних дій, організацію діяльності на науковій основі, формування та розвиток корпоративної культури.

Саме усвідомлення цінностей і переконань всіма суб'єктами малої групи сприяє формуванню належного рівня корпоративної культури і знаходиться в повній узгодженості з психологічною теорією діяльності, згідно з якою, свідомість людини впливає на характер і результат діяльності [4].

З соціально-психологічної точки зору, корпоративну культуру слід розуміти як унікальну сукупність норм, цінностей та переконань, що визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених цілей [5].

Формування корпоративної культури повинно бути спрямоване на розвиток в особистості гуманістичних цінностей. Тому систему освіти повинна створювати умови, необхідні для позитивного саморозвитку особистості, у тому числі креативності [3, 6].

З позиції соціальної психології і педагогіки необхідно чітко розуміти, що корпоративна культура присутня в кожній установі, організації, підприємств, незалежно від того, усвідомлює це колектив, чи ні. Проте, коли немає усвідомлення та її чіткої діагностики, процеси формування корпоративної культури розвиваються стихійно та неефективно.

Розвиток медійної вищої освіти зобов'язує вищі навчальні заклади до розробки, апробації і застосування сучасних методів управління своєю діяльністю. Проте, корпоративна культура є базовим елементом у системі трансформації відносин і

внутрішньо вузівського середовища, забезпечення відповідності стандартам культури зовнішнього середовища, стандартам інформаційного суспільства. Тому, сучасний вищий навчальний заклад повинен одночасно бути і провідним центром знань, і центром культури. У цьому контексті ВНЗ слід розглядати в аксіологічному і соціокультурному аспектах системи, функції якої не обмежуються підготовкою людини до професійної діяльності. Його слід розглядати як важливу форму трансляції і відтворення культурних норм, цінностей, ідей, простір для генерування суспільної ідеології, що разом з її носіями уросте в культуру [7].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Камерон К.С., Куни Р.Э. Диагностика и изменения организационной культуры / Пер. с англ.: Под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2001. – 320 с.
2. Кенгиз Хаксевер, Бари Рендер, Роберт С. Рассел, Роберт Г. Мердик Управление и организация в сфере услуг: Теория и практика. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 315 с.
3. Инновационные технологии в гуманитарном вузе / В.И. Носков, А.В. Кальянов, О.В. Мирошниченко и др. / Под ред. В.И. Носкова. – Донецк: Лебедь, 2002. – 288 с.
4. Казмиренко В.П. Социальная психология организаций. – К., 1993.
5. Савчук Л., Бурлакова А. Развитие корпоративной культуры в Украине // Персонал. – 2005. – №5. – С. 86-89.
6. Носков В., Кальянов А., Єфросініна О. Психологічні детермінанти корпоративної культури // Соціальна психологія. – 2006. – №3 (17). – С.76-88.
7. Фінагіна О.В. Проблеми формування корпоративної культури вищого навчального закладу // Проблеми удосконалення форм і методів навчання. Нові технології навчання: Матеріали науково-методичної конференції, м.Донецьк, 23-24 квітня 2009 року. – Донецьк: ДонІЗТ, 2009. – С.8-13.

Полякова А.В.
студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*
Горбова Ю.С.
к.соц.н., завідувач навчально наукової лабораторії
«Соціологічна лабораторія»
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університеті імені В. Гетьмана»*

ПОЛІТИЗАЦІЯ МОВЛЕННЄВИХ МІФІВ

Мовні та етнічні проблеми турбують нині більшість держав, бо країн суцільно одномовних у світі майже немає. Хоча мовна та етнічна сфери суспільного життя не є тотожними і тільки частково перетинаються, але в точках цього перетину виникають гострі соціальні та політичні колізії, які час від часу завершуються застосуванням сили, автономізацією, федералізацією держав і навіть їх розпадом.

Мовне питання є важливою складовою ширшої проблеми – проблеми української ідентичності, позаяк багато хто вважає мову підґрунтям цієї ідентичності. Саме тому це питання в ретроспективному плані «намертво» вплетене в історію пошуків, обстоювання та відстоювання згаданої ідентичності українців.

Час від часу мовне питання на слуху. Мова стала предметом політичних маніпулювань та пропаганди. Проблема статусу російської мови неодноразово використовувалась як один з інструментів у політичній боротьбі – особливо велика її роль була в 1994 і 2004 роках. Але, нажаль, на сьогодні проблема все ж існує, і набуває загострення ще з одного боку. Заговоривши на українській мові в крайніх куточках Донецької області можна отримати знущання, а інколи й фізичне насилля з боку радикально налаштованого населення, таку ж реакцію на російську мову можна отримати в крайніх куточках Західної України. Сьогодні в Україні не запропоновано прийняттого для всіх рішення мовної проблеми, саме тому вона стає зручним інструментом впливу на потенційний електорат. На думку українського історика Ярослава Грицака «гострота ситуації викликана тим, що україномовні інтелектуали в більшості випадків виступають прихильниками мовної, а не політичної українізації, що виявляється неприйнятним ... для російськомовних громадян сходу і півдня України в цілому» [1].

Мені стало цікаво чи насправді мовленнєві міфи, що нав'язує політика, існують та як по-справжньому налаштовані люди. Для роз'яснення я посилаюся на останні дані соціологічних досліджень. Розглянувши моніторинг електорального настрою українців за

січень 2019 року, можна зрозуміти, що перед населенням не стоїть проблема мови [2]. Згідно з соціологічними даними питання підтримки української культури й мови стоїть на 19 місці, а питання про статус російської мови на 16 місці серед 23 найважливіших питань, що турбують громадян держави. Для більшості населення мовні проблеми відступають на задній план порівняно з питаннями, що стосуються основ повсякденного життя – підвищення рівня зарплат, пенсій, стипендій, зниження цін на продукти, зменшення платні за квартиру, комунальні послуги і товари першої необхідності, боротьба з корупцією і злочинністю, поліпшення медичного обслуговування, подолання безробіття, пенсійна реформа, охорона природи. Тим паче, що в Україні поки не існує комунікативних проблем у щоденному спілкуванні. Поширеними є білінгвізм, можливість самореалізуватися в мовній поведінці поза офіційною сферою тією мовою, якій віддає перевагу сама людина. Більшість населення вважає цілком виправданим статус української мови як єдиної державної і не відчуває для себе загрози у її подальшому поширенні в різних ділянках суспільного життя. Звісно, проблеми у мовній сфері існують, але гостро та їх варіюється залежно від того чи іншого регіону. В одних із них гостріше реагують на ситуацію з українською мовою, в інших – з російською. Так, у західному регіоні спостерігається велика стурбованість проблемою національної культури й української мови, хоча безпосередньо у цій частині країни стан справ з українською мовою є найбільш благополучним. У той же час цією проблемою переймається незначна частка населення Сходу, Півдня і трохи більше у Центрі країни. Навпаки, у східному і південному регіонах більша стурбованість питанням статусу російської мови в Україні, при тому, що саме там найвищий рівень мовної русифікації. Це означає, що громадяни опікуються не підтримкою тих мов, що перебувають у найгіршому становищі, а утвердженням саме «своїх».

Що до мови, то більшість респондентів, а саме 64 % згодні з тим, що українська – єдиною мовою держави, а російською можна вільно користуватися. 18% опитаних вважає, що українська мова є державною, а російська може отримати статус офіційної в окремих регіонах. І 15% вважає, що російська поряд з українською повинна стати офіційною.

Страшно, коли люди в середині країни якимось чином діляться за критерієм «свої» - «чужі», конфліктують між собою, тим паче щодо мови. Прийняття закону, від якого залежить доля народу і долі окремих людей не має безпосередньо пов'язуватися з політичним моментом чи політичними зобов'язаннями. Робота над мовним законодавством повинна вестися в деполітизованій атмосфері із залученням провідних фахівців з соціолінгвістики, етнології, політології, юриспруденції та державного будівництва.

Як на мене, то все дуже просто, українці повинні знати, розуміти та вміти вільно говорити на українській мові. Хотілося б звичайно щоб людей не змушували робити що

небудь. Щоб любов до своєї мови йшла з середини. Багато чого зараз буде залежати від молоді, те як вона налаштована і яке бачить майбутнє мови.

На мою думку, українську мову необхідно захищати. І для цього є багато методів. Говорити українською в публічних місцях. Використовувати українську мову в соціальних мережах. Завжди писати українською документи. Спілкуватися українською мовою з владою та сервісними службами. Підтримувати українську культуру та медіа. Говорити з дітьми українською, давати їм читати україномовні книги, слухати пісні, грати в ігри та дивитися мультики. Творити український простір. І головне робити все це з любов'ю та повагою до мови, яка нас ідентифікує, мова що є рідною для нас.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шаповал Ю. В. Мовна ситуація в Україні: історія й сучасний стан [Електронний ресурс] / Ю. В. Шаповал. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.memorial.kiev.ua/genocyd-ukrajinciv/duhovnyj-i-kultunyj-genocyd/780-dodatok-do-vidkrytoho-lysta-mizhnarodnij-gromadskosti.html>.
2. Мовна ситуація в Україні: між конфліктом і консенсусом [Електронний ресурс]. – 2008. Режим доступу до ресурсу: https://docs.google.com/viewer?url=http%3A%2F%2Fshron2.chtyvo.org.ua%2FZbirnyk_statei%2FMovna_sytuatsiia_v_Ukraini_mizh_konfliktom_i_konsensusom.pdf.

Ребро О.В.

аспірантка 4 курсу навчання кафедри соціології
управління факультет права і соціального управління
Донецький державний університет управління, Україна

СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ М. МАРІУПОЛЯ

Соціології міста вивчає соціально-територіальні спільноти, наділені такими системоутворюючими ознаками, як економічні, соціальні, політичні та духовні зв'язки.

Урбанізація – це невід'ємна частина єдиного соціально-історичного процесу розвитку людства, за якого процес інтенсифікації спілкування та концентрації людей відбувається в містах-центрах. Тому урбанізація є найважливішим фактором, що визначає характер розселення та структуру мережі населених міст. Урбанізацію можна розглядати як процес підвищення значення міст в житті тієї чи іншої країни. Показники розвитку міст свідчать, що наш світ стає все більш урбанізованим. Так, наприклад, коли в 1800 р. в містах з чисельністю населення більш як 20 тис. осіб проживало 2,4 % населення світу, а в 1900 р. – приблизно 9 %, то тепер в них зосереджено більш ніж 40 % жителів Землі. Міське

населення зростає значно швидше, ніж сільське, до того ж різниця в темпах їхнього зростання збільшується.

Маріуполь – це торговельне, туристичне, промислове місто біля моря. У місті мешкає півмільйона людей. Мікс древніх культурних традицій надає особливого колориту міському середовищу. Маріуполь сильно змінюється під впливом військового конфлікту, перед ним постала низка історичних і новітніх викликів. І одночасно можливостей. Головне питання, яке жителі міста задають собі – яким вони бачать Маріуполь в найближчі роки?

Розвиток культури міста необхідний для формування духовних і матеріальних цінностей, сталого розвитку суспільства, підвищення комфорту життя. Розвиток і впровадження новітніх технологій у безперервній професійній освіті, правові науки, світове господарство і міжнародні економічні відносини, розробка і впровадження новітніх технологій соціальних комунікацій. Маріуполь у процесі реалізації своїх стратегічних цілей спиратиметься на такі цінності, як розвиток соціального капіталу, сталий розвиток, конкурентоспроможність.

Розвиток міста ретранслює фокус із створення фізичного і людського капіталу на створення капіталу соціального. Збільшення соціального капіталу міста означає інвестування в розширення для кожного рядового жителя можливостей спілкування, взаємодії, участі в спільних діях як у межах територіальної громади, так і з представниками інших спільнот. Збільшення соціального капіталу – шлях, що веде до покращення якості і рівня життя всього суспільства і кожного громадянина.

Серед стратегічних напрямків розвитку міста виділяють наступне: комфортність і безпека міста для його жителів; створення умов для постійного зростання інвестицій, як основи подальшого стабільного економічного розвитку; збалансоване і комплексне вдосконалення якості життя; розвиток туристичного потенціалу міста; удосконалення процесу управління життєдіяльністю міста; створення яскравого впізнаваного образу міста, який би цінували його жителі і знали потенційні гості. [1, с.11]

Наявні механізми участі громадян (громадські слухання, обговорення, громадські ради, система прийняття скарг тощо) не забезпечують ефективну реалізацію «права на місто» - права громадян на рівноправну участь у міському розвитку. Немає системи доступного інформування бізнесу і громадян про їхні права та обов'язки у сфері міських публічних просторів. Приватні інтереси у міському просторі часто суперечать суспільним і домінують над ними. Процеси прийняття рішень є непрозорими; інформація, яка стосується міського просторового розвитку часто є недоступною для громадян. Це стає джерелом конфліктів. У Маріуполі відсутнє комплексне просторове планування. Просторовим розвитком міста займаються різні агенти: органи влади, комунальні підприємства, бізнес;

їх дії погано скоординовані, взаємодія між ними неефективна. Міський публічний простір є обмеженим спільним ресурсом. Відповідно, обмеженими є також можливості ведення економічної діяльності у ньому. Неконтрольована комерціалізація публічного простору спричиняє домінування в ньому економічних функцій та призводить до просторової деградації. Дозвільні процедури надто ускладнені і непрозорі, що сприяє корупції та призводить до небезпеки монополізації економічної діяльності в міському публічному просторі, а також відсутності збалансованого конкурентного середовища та змагальності. Це обмежує розвиток міського простору в інтересах громади, гальмує зростання надходжень до міського бюджету і стримує розвиток малого бізнесу. Також слід зазначити низький міграційний приріст працездатного населення і високий рівень смертності проявляється в зниженні населення Маріуполя, особливо економічно активного, що призводить до зростання рівня демографічного навантаження. [1, с.25]

Метапросторовий підхід вирізняється також і тим, що він орієнтований на високий рівень комплексності як в оцінках, так і в методах управління соціоекологоекономічними процесами, але в іншому вигляді, який багато в чому не збігається із сформованими традиційними стереотипами. Саме тут має місце необхідний оптимум масштабності господарських процесів, завдяки вмілому використанню якого забезпечуються підвищення шуканої якості управління і, відповідно, одержання значного специфічного організаційно-економічного ефекту сталого розвитку. Формування сучасної методології сталого розвитку в Україні пов'язане з глибинними процесами реструктуризації суспільства в цілому. Нині для України важливо знайти свою специфічну, адекватну сучасним умовам форму сталого просторового розвитку. [2, с. 9]

Об'єктивна необхідність цього пошуку зумовлена низкою причин, головна з яких пов'язана із загальними системними трансформаціями, що спостерігаються в державі та характеризуються розгортанням спочатку суспільних відносин, а за ними – всієї сукупності відносин господарських. Зрозуміло, що соціальний, економічний і екологічний простори нерозривно пов'язані, але їхнє об'єднання, ймовірно, відбувається на основі єдиних культурних традицій. Отже, можна говорити, що подальший розвиток нової метапросторової дослідницької парадигми соціального сталого розвитку повинен ґрунтуватися, передусім, на пошуку форм і методів гармонізації інтересів суб'єктів господарювання, влади, населення, всіх учасників господарської системи. Відтак, проблему слід виводити з площини примата технологічних, матеріальних факторів розвитку у сферу, де превалюють чинники суб'єктного характеру – інтереси. Тут набувають пріоритету проблеми справедливого користування результатами розвитку в інтересах усіх учасників економічного, а якщо ширше – господарського, процесу в цілому. Таким чином, постає

питання задоволення інтересів усіх учасників господарської діяльності – виробників, споживачів, суб'єктів управління – на державному, регіональному та місцевих рівнях тощо. Такий підхід у цілому відповідає європейським цивілізаційним орієнтирам. Більше того, він, мабуть, відіграє визначальну роль, оскільки в сучасному мисленні поки що домінує, особливо на теренах пострадянського простору, технологічний, а не гуманітарний чи екологічний науковий дискурс.

Отже, з позицій соціопросторового підходу міське середовище постає як соціально сконструйоване, таке, що базується на компромісі різних груп інтересів, а тому адекватним поняттям, що відображає участь різних агентів у зростанні потенціалу місця є поняття «мереж зростання» – тимчасові асоціації людей та інституцій, поєднані інтересами міського зростання. Саме створення таких мереж дозволяє мінімізувати протидію фракцій, налаштованих «за» чи «проти» зростання, яке є не результатом дії однієї групи, а, швидше, компромісом рівних можливостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Маріуполь: стратегія розвитку–2021» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://catcut.net/2c4A>
2. Хвесик М. Парадигмальний погляд на концепт сталого розвитку України. Економіка України. 2012. № 6. с. 4-12. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2012_6_2
3. Міхеева О.К. Соціальний простір міста: можливості «причитування» та управління // Збірник наукових праць ДонДУУ: «Соціологія управління». Серія «Спеціальні та галузеві соціології». Т. VIII. Вип. 3 (80). Донецьк: ДонДУУ, 2007. с. 413-422.

Терещенко Н.В.

кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології,
Заслужений працівник ДВНЗ “Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана”, Україна

Терещенко О.В.

студент II курсу факультету міжнародних відносин
(гр. МВ-57) КНУКіМ, Україна

ТЕОРЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ВІЙНИ І МИРУ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

Війна як спосіб вирішення міжнародних проблем несе з собою масові руйнування, загибелі людей та породжує прагнення до насильства, агресію. Засуджувалася мислителями-гуманістами всіх історичних епох. Французький соціаліст-утопіст Ш. Фур'є констатує, що війни – постійний супутник людства. "Війни, революції безупинно охоплюють земну кулю" [1]. Більше як із чотирьох тисяч років відомої нам історії лише біля

трьохсот були цілком мирними. Весь інший час у тім чи іншій місці Землі палахкотіли війни [1]. Війна ставала усе більш болючою, множилися людські і матеріальні втрати. XX століття ввійшло в історію як епоха, що породила дві Світові війни, у яких брали участь десятки країн і мільйони людей.

Третя світова війна стане трагічним фіналом всієї історії людської цивілізації. Запобігання ядерної війни є глобальною проблемою людства. Сьогодні уряди більшості країн усвідомлюють неможливість використання ядерної зброї для досягнення будь-яких економічних чи політичних цілей, настільки великі руйнівні соціальні наслідки ядерних ударів, які можна вважати різновидом тероризму. Тероризм набув поширення в період Великої французької революції, коли поширилися переслідування за політичними мотивами. З метою залякування населення, порушення стабільності та порядку, підризу позицій уряду терористи направляють свої дії проти ні в чому не винних громадян: підривають житлові будинки, вокзали, торгові комплекси, потяги, організовують захоплення заручників, викрадають людей для наступного продажу чи одержання викупу. Центри тероризму в різних країнах підтримують зв'язки між собою, організують постачання зброї в "гарячі місця", дають притулки ватажкам злочинних організацій.

В сучасних умовах потребується комплексне вивчення війн, збройних конфліктів та інших форм "колективної агресивності" із залученням соціологічних методів. Представник французької соціології міжнародних відносин Гастон Бутуль обґрунтував основні положення **полемології (соціології війни)**. Основне завдання полемології має полягати в науковому аналізі вивчення війн як соціального феномену, що піддається спостереженню, як і будь-який інший соціальний феномен, спроможний пояснити причини глобальних змін у суспільному розвитку впродовж історії людства. Полемологія має ґрунтуватися на основному методологічному принципі: саме війна породила історію, оскільки остання почалася виключно як історія збройних конфліктів. Сучасна полемологія опирається на величезну фактологічну історичну базу та пропонує класифікувати факти за такими напрямками: опис матеріальних фактів по мірі зменшення їх об'єктивності; опис видів фізичної поведінки на основі уявлень учасників воєн про їх цілі; думки істориків й аналітиків; теологічні, метафізичні, моралістські, філософські погляди й доктрини; вибірка та групування фактів і їх первинна інтерпретація; гіпотези відносно об'єктивних функцій війни; припущення відносно періодичності воєн; соціальна типологія воєн, тобто їх залежність від типових рис того або іншого суспільства. На основі цієї класифікації обґрунтовується типологія причин воєнних конфліктів та їх соціальні наслідки: порушення взаємної рівноваги між суспільними структурами (наприклад, між економікою та демографією); утворені в результаті такого порушення політичні кон'юнктури; випадкові

причини і мотиви; агресивність і войовничі імпульси як соціально-психологічна проекція соматичних станів різних соціальних груп; ворожнеча і войовничість[2]. Фрустрації, страхи, невдоволення, злість, які накопичуються, повертаються проти зовнішнього ворога, що не завжди розглядається як безпосередній винуватець, проте якому приписуються ворожі наміри. Почуття незахищеності є підґрунтям для реакцій страху, агресивності й насилля та може в будь-який момент викликати відповідні дії та відповідно непередбачувані наслідки. Цей комплекс розглядається як найважливіший з точки зору своїх соціополітичних наслідків. Водночас не можна не бачити суттєвого впливу полемології в розробку проблематики, дослідження причин і характеру збройних конфліктів. Виникнення полемології відіграло значну роль у становленні, легітимізації та подальшому розвитку соціології міжнародних відносин, оскільки соціально-політичні небезпеки часто виникають при соціально-політичних конфліктах. Війна – збройна боротьба між державами (їх коаліціями) або соціальними, етнічними та іншими спільнотами; крайня ступінь соціально-політичної боротьби, ворожих відносин між певними політичними силами. Локальні та регіональні воєнно-політичні конфлікти сьогодні є основними воєнними витоками загрози як національній безпеці будь-якої країни, так і міжнародній безпеці. Їх специфічні особливості можна розкрити через з'ясування характеру, етапів, механізмів і способів соціальної взаємодії. Агресивно-конфліктна поведінка значно обмежує і робить практично неможливим використання політико-правового механізму регулювання відносин між суб'єктами конфлікту. За таких умов кожна зі сторін прагне нав'язати одна одній закони, угоди, умови переговорів, що відповідають своїм інтересам, і зовсім неприйнятні для іншої сторони. Суб'єкти конфлікту не знаходять спільних точок і все більше переконуються в неефективності та марності застосування мирних політико-дипломатичних засобів та дотримання міжнародно-правових норм. Така зміна стосунків між суб'єктами є причиною порушення правової бази вирішення протиріч і висунення воєнної сили як основного засобу реалізації миттєво важливих інтересів у процесі конфлікту. Отже, воєнна сила поступово із потенційної небезпеки переводить відносини між суб'єктами воєнно-політичного конфлікту в стан воєнної погрози (конфліктуючі сторони вже не приховують своїх домагань на об'єкт конфлікту і мають наміри силою досягти їх реалізації). У період кризи сторони посилюють свої політико-дипломатичні позиції на міжнародній арені, здійснюють пошук союзників і звертаються до них за допомогою та підтримкою. Війна – найбільш розвинута форма воєнно-політичного конфлікту, регламентована нормами міжнародного права. Конфліктуючі сторони (суспільство, країна, блок країн, іноді різні соціальні верстви) мають вагому соціальну значущість. Хід і кінець війни залежать від рівня розвитку виробничих сил, науки, техніки,

економічного устрою ворогуючих сторін, соціально-політичного ладу, ідеології, морального духу народу та армії, бойової могутності військових угруповань. Урегулювання воєнно-політичного конфлікту означає, що: визначається поточний стан воєнно-політичного конфлікту, складаються варіанти його майбутнього розвитку, напрацьовуються рекомендації, плануються практичні дії щодо урегулювання конфлікту. На підставі рекомендацій будуються стратегії урегулювання конфлікту, які повинні дати відповідь на питання «Яким чином, за допомогою яких засобів можна урегулювати даний воєнно-політичний конфлікт?».

Полемологія фактично протиставляє війну (динамічного стану суспільства) мирові як "стану порядку і спокою". Відповідно, полемологія протиставляється іренології (від греч. "eirēne" – світ) – **соціології миру** – спеціальній соціологічній теорії, що має досліджувати та розробляти заходи перетворення структур, які "породжують насильство" в ненасильницькі заходи шляхом їх революційних або інституційних змін. Потребується спільна робота соціологів у напрацюванні методології соціології миру та теорій миру, оскільки дана підгалузь соціології сьогодні знаходиться в стані становлення і розробки концептуальних основних положень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Проблеми війни і миру в сучасних умовах – Електронний ресурс – Режим доступу: http://pidruchniki.com/19480327/sotsiologiya/problemi_viyi_miru_suchasnih_umovah
2. Соловьев А. В. Полемология: новая попытка решить старую проблему – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.socionauki.ru/journal/articles/717869/>.
3. Іренологія – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://slovar.pp.ua/241312-renologiya.html>

Черьомухіна О.К.
студентка 2 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

ЕЛЕКТОРАЛЬНІ НАСТРОЇ ТА ПРОБЛЕМИ, ЯКІ НАЙБІЛЬШЕ ХВИЛЮЮТЬ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Україна зробила свідомий вибір, обравши для себе європейську інтеграцію, як стратегічний напрям розвитку. Політико-правовий та економічний європейський простір стали основними зовнішньополітичними пріоритетами на всіх рівнях держави.

Невід’ємною складовою цих процесів є активна участь населення у формуванні ефективного механізму народовладдя, шляхом виборів органів влади на всіх рівнях. Тому реальним показником в даному випадку залишається саме участь громадян у виборах. [3]

Електоральні настрої та проблеми України описують у своїх дослідженнях соціологічна група «Рейтинг» - «Електоральні настрої та проблеми, які найбільше хвилюють населення України: осінь 2018» [1]; у дослідженні «Моніторинг електоральних настроїв українців: січень 2019»[2]. Для вивчення електоральних настроїв українців доцільно розглянути вторинний аналіз цих досліджень:

За результатами дослідження, проведеного 28 вересня – 16 жовтня 2018 р. соціологічною групою «Рейтинг»[1], Більшість громадян нашої країни вважають, що Україна рухається в неправильному напрямі. В залежності від віку, то можна встановити тенденцію, що по дорослішанню люди вважають, що наша країна все більше і більше рухається в неправильному напрямку. Це може бути пов’язано зі зростанням недовіри у суспільства до влади. Також можна припустити, що чим старше людина, тим вона має більш укорінену історичну свідомість. Також так найбільше вважають люди з дуже низьким матеріальним становищем – це пов’язано з підвищенням тарифів та падінням рівня життя. Розглядаючи питання хибного курсу держави, щодо освіти, то опитані мають повну(неповну) середню освіту та професійно-технічну. Можемо припустити, що чим менший в людини рівень освіти, чим менше людина заробляє, тим на її погляд все погано в державі.

Дане дослідження свідчить, що воєнний конфлікт на Сході України, низький рівень зарплати/пенсій та підвищення тарифів на комунальні послуги – це найважливіші та найактуальніші проблеми країни зараз.

Розглядаючи проблему воєнного конфлікту на Сході України можна встановити, що ця проблема турбує Захід (57,8%) і Донбас (68,4%) та людей віком 50-59. Звертаючи увагу на питання Донбасу за дослідження станом на січень, люди пропонують такі варіанти вирішення проблеми – 37% за припинення військових дій і визнання цих територій тимчасово окупованими; 22% за надання цим територіям самостійності, федеративного статусу краю, але залишити в складі України; 18% за продовження війни. В регіональному зрізі, Галичина (31%), Захід (26%), м. Київ (24%) за повернення окупованих територій, це пояснюється високим рівнем патріотизму в цих регіонах. Центр (43%) за визнання цих територій тимчасово окупованими. Донбас (43%) за надання цим територіям федеративного статусу, це свідчить про виснаження цих регіонів від військового конфлікту.

Аналізуючи проблему низького рівня зарплати чи пенсії можна з'ясувати, що вона найбільше хвилює Південний регіон (58,3%), людей віком від 60 і старше, переважно жінок. Вони мають дуже низьке, низьке, нижче за середнє матеріальне становище.

Проблема підвищення тарифів на комунальні послуги турбує людей Східного регіону, людей віком 50-60+. Стосовно матеріального становища, то респонденти мають дуже низьке або низьке матеріальне становище.

За даними «Рейтинг» на січень 2019 р.[2], на сьогодні дуже гостро постало питання церкви. Половина громадян (51%) підтримують надання Томосу про автокефалію Українській православній церкві. Галичина (85%) і Захід(76%), однозначно за Томос, так як з них 84% греко-католики і 78% УПЦ (КП). Також, це пояснює значний рейтинг П.Порошенка в цих регіонах через втручання держави в справи церкви.

Розглядаючи мовне питання можемо встановити, що 64% респондентів за єдину державну - українську, 18% людей за надання російській мові статусу офіційної в окремих регіонах, 15% за дві державні мови.

Більшість (68%) вважають Росію агресором. В залежності від регіону, Галичина (93%), Захід (89%), Центр (82%) вважає саме так. Напрочуд, Донбас (51%) так не вважає, можемо припустити це пов'язано з територіальною наближеністю до Росії. Ще можемо простежити тенденцію, що чим старший респондент росте лояльність до агресора, з'являється лейтмотив «ми ж брати».

З даного дослідження випливає, що 75,8% людей планують голосувати на чергових виборах президента, які мають відбутися 31 березня 2019 року. Це може свідчити про спадну громадську позицію, оскільки порівнюючи опитування, яке проводилося в травні 2014 року, то 82,2 % людей планували брати участь у виборах президента України 25 травня. Ще можемо сказати, що найбільш громадсько-активними віковими групами є люди 50-59 та 60+ та Західний, Східний та м.Київ

Найбільший рейтинг наразі має Юлія Тимошенко та Володимир Зеленський за даними соціологічної групи «Рейтинг» як станом на вересень, так і станом на січень.

Більшість (67%) чекають лідера здатного об'єднати, примирити та заспокоїти суспільство. В регіональному розрізі, це Донбас(75%), Центр(70%) та м.Київ(70%). Серед кандидатів, на думку населення, може об'єднати – О.Вілкул 84%, С.Вакарчук 80%, О. Шевченко 74%. В той же час 24% прагнуть лідера схильного до диктатури, здатного до жорстокого наведення порядку. В залежності від регіону, це Схід (29%).

45% людей вважають, що президентом має стати нова особистість навіть без досвіду державного управління. В образі нового обличчя бачать В.Зеленського. Водночас, 43% чекають на прихід майбутнього керівника країни зі значним досвідом керування країною. В лиці мудрого керівника бачать П.Порошенка.

90% громадян не задоволені діяльністю Верховної Ради, 81% - Прем'єр-міністра В. Гройсмана. Можемо припустити, що це є наслідком підписання несприятливого договору для населення про підвищення тарифів на газ. 80% - діяльністю Президента П. Порошенка. Звідси випливає, що це є наслідком не вирішених проблем з корупцією та так і не розкритих справ по Євромайдану. На жаль за 5 років, ми так і не дізналися хто стріляв в невинних людей. Більше половини (57%) вважають, що саме президент повинен нести відповідальність за вирішення проблем.

Найбільше люди невдоволені прогресом скасуванням депутатської недоторканості (72%), це свідчить про вседозволеність для правлячої верхівки. Також непокоїть прогрес прийняття законодавства про імпічмент Президента, важливість прийняття цієї реформи пояснюється подіями 2014 р, де було вбито більше сотні невинних активістів за волею В. Януковича, лідера партії регіонів. Ще розчаровує нерозпочатий процес деолігархізації, хоча а як він може відбуватись, якщо країною керують олігархи через телеєфіри їх каналів та через маріонеток у Верховній Раді. За 5 років так і подолана корупція, нам це пояснюють що, її неможливо подолати, бо вона є частиною ринкової торгівлі та, взагалі, є властивістю українського менталітету як такого. Ще людей непокоїть прогрес таких реформ як зміна виборчого законодавства і судова реформа.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна сказати, що низька зацікавленість громадян політичними процесами, а саме спадна динаміка прийняти участь у виборах, несе негативний характер як на хід голосування, так і на розвиток країни в цілому. Тому важливим є вироблення критичного мислення у громадян, збільшення обізнаності та зацікавленості у суспільно - політичних процесах, та виховання відчуття відповідальності та громадянського обов'язку в кожного українця. Воєнний конфлікт на Сході України, низький рівень зарплати/пенсій та підвищення тарифів на комунальні послуги – це

найактуальніші проблеми країни сьогодення, які погано впливають на соціально-економічне та політичне становище держави у цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Електоральні настрої та проблеми, які найбільше хвилюють населення України: осінь 2018» – Електронний ресурс – Режимдоступу:http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/pr_2018_11_01_all.pdf
2. «Моніторинг електоральних настроїв українців січень 2019» – Електронний ресурс – Режимдоступу:http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_6000_012019_press.pdf
3. Магістерська дисертація на тему Особливості електоральної поведінки українців через призму позачергових парламентських виборів 2014 року»– Електронний ресурс – Режимдоступу:<http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/06/%D0%A1%D0%B0%D0%B2%D1%8F%D0%BA1.pdf>

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні; розвиток і функціональна роль середнього класу в країнах світу; практики соціального діалогу в Україні; соціологічний вимір підприємницької діяльності

Бабенко О. М.

студент III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*

НЕСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ ЗАХИСТИТИ СВОЇ ПРАВА

Головним завданням сучасної соціології є знаходження таких рішень, які б «лікували» проблеми суспільства та покращували рівень життя в ньому. Як ми знаємо, у будь-якому успішному суспільстві, основою є саме клас підприємців – людей які створюють робочі місця, підіймають економіку, інвестують у культурні та освітні проекти, а отже всебічно розвивають країну. Виходячи з цих двох можемо зробити лише один висновок - питання українського підприємництва в першу чергу є важливим не тільки для права або економіки, а саме для соціології, адже, як показує світова практика, без успішного підприємництва неможливий розвиток держави та суспільства.

У успішних та сучасних країнах права підприємців виконуються та надають економічну та соціальну впевненість, і будь-яка спроба порушити ці права буде зупинена або владою або підприємцями. Розглянемо, як це відбувається в Україні. Нижче ви бачите перелік прав наданих підприємцям законом України «про підприємницьку діяльність»[2] та господарчого кодексу України [1] а також приклади, як ці права є порушеними на законодавчому рівні.

1) Створення, для здійснення підприємницької діяльності, будь-яких видів підприємництва. Порушення: по-перше в Україні антимонопольним комітетом введено 129 державних монополій діяльність всіх сферах приватному підприємству заборонено. (в Британії 17, наприклад). По-друге через наявність величезної кількості ліцензій та дозволів, а також корупції, унеможливлена легальна діяльність у багатьох сферах бізнесу [3].

2) Купувати повністю, або частково, майно та набувати майнового права. Порушення: Україна входить в останні шість країн на планеті де діє мораторій на купівлю та продаж землі (Україна Північна Корея Куба Венесуела Таджикистан і Конго) [4].

3) Самостійно формувати господарську діяльність, обирати постачальників та споживачів, встановлювати ціни і тарифи, вільно розпоряджатися прибутком. Порушення: в Україні досі діють закони, які забороняють націнку на певні товари, а також на деякі види підприємництва. Так само через найскладніші в Європі прогресивну податкову систему більше частина прибутку українського підприємця забирається податками.

4) Укладати з громадянами трудові договори щодо використання їхньої праці. Порушення: в Україні діє заборона на контракти з ФЛП, якщо вони «мають ознаки наявності трудових відносин». Це дає змогу податковій накладати штраф 125000 грн без розгляду у суді [5].

5) Самостійно визначати форми системи і розміри оплати праці та інші види доходів осіб що працюють за наймом. Тут порушень немає окрім закону про мінімальну зарплату який є природнім у країнах 21 століття.

6) Отримувати будь-який необмежений за розмірами власний дохід. Порушення: через складну систему прогресивних податків після певної суми підприємець буде змушений віддавати державі більше ніж заробляє.

7) Брати участь у зовнішньоекономічних відносинах, здійснювати валютні операції. Порушення: в Україні заборонений електронний обмін валют, а також валютні операції на суму більше 15 тисяч доларів без спеціального дозволу національного банку[6].

8) користуватися державною системою соціального забезпечення і соціального страхування. Система соціального забезпечення і соціального страхування не працює ні в сфері бізнесу ні в будь-якій іншій[7].

Отже ми бачимо що 7/8 прав підприємців є, або обмеженими, або порушеними, і це лише на законному рівні. Звичайно це є питанням правовим, а не соціологічним, але, на жаль, воно залишається не розглянутим, маючи при цьому надзвичайно великий вплив на суспільство - сферу діяльності соціологів.

Для того щоб проаналізувати, як українські підприємці борються з такими несправедливими обставинами, я вирішив проаналізувати найбільшу підприємницьку спілку в Україні "СУП". Нажаль на їх офіційному сайті я не знайшов жодної заяви, або спроби захистити свої права системно, а не в окремих випадках. Таким чином таким можна зробити висновок що будь-який захист прав українських підприємців відбувається лише коли ці права порушуються і це порушення є медійно освітленим. Але це не змінює глобальний стан речей[8].

У висновку слід зазначити, що ці порушення прав є не проблемою, а катастрофою. Україна є на третьому місці у рейтингу країн в яких найважче ввести бізнес, та має найбільшу кількість податків та зборів. Українські підприємці на законодавчому рівні

обмежені в своїх правах. Це дає нам можливість краще усвідомити проблеми українського суспільства: якщо навіть «сильні люди» цього суспільства не можуть захистити свої права то що вже казати про інших.. На прикладі «найпрогресивнішого класу» підприємців ми це побачили, а отже й інші соціальні зміни є будуть стикатись з великою кількістю проблем та труднощів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144)
2. Закон України «Про підприємницьку діяльність» (Закон втратив чинність на підставі Кодексу N 436-IV (436-15) від 16.01.2003, ВВР, 2003, N 18, N 19-20, N 21-22, ст.144)
3. Закон України «Про природні монополії» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, N 30, ст.238)
4. Закон України «Про внесення змін до Земельного кодексу України щодо заборони продажу земель сільськогосподарського призначення до прийняття відповідних законодавчих актів» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, N 9, ст.78)
5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту прав працівників та протидії застосуванню незадекларованої праці»
6. Закон України «Про валюту і валютні операції (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 30, ст.239)»
- 7.Круглов О. М. .Функції соціального страхування України в умовах подолання негативних наслідків світової фінансової кризи: теоретичний аспект / О. М. Круглов // Форум права. - 2011. - № 2. - С. 463-467. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2011_2_72
8. Спілка Українських Підприємців "СУП"- Режим доступу: <http://sup.org.ua/uk>

Вонберг Т.В.

доцент кафедри управління
персоналом та економіки праці
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна

ДЕТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК КЛЮЧОВА ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Проблем соціально відповідального ведення бізнесу на сьогодні існує безліч. Причому, їх вирішення – це не лише задача уряду, адже соціально відповідальна поведінка передбачає спільну діяльність держави, підприємств, окремих громадян тощо. Ми зупинимося лише на одній із ключових проблем соціальної відповідальності – на проблемі детінізації української економіки. Зрозуміло, економічна політика має забезпечити виконання завдань з детінізації економіки, тобто створення умов для того, щоб робота у

легальній економіці була більш ефективною та прибутковою, аніж у тіньовому секторі з одночасним посиленням боротьби з кримінальними складовими економічної діяльності [1].

Проте, тіньова економіка – це доволі складне соціально-економічне явище, що є сукупністю неконтрольованих і нерегульованих як протиправних, так і законних, але аморальних економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності з приводу отримання прибутку шляхом приховування доходів й ухилення від сплати податків. В економічній літературі виокремлено три основні складові тіньової економіки: неформальну, приховану і підпільну (кримінальну) економіку. І якщо неформальну економіку утворюють нерегламентовані виробництво товарів і надання послуг, то прихована економіка – це легальне виробництво та продаж необлікованих товарів і послуг; а підпільна (кримінальна) економіка – заборонені види діяльності (корупція, наркоторгівля тощо) [2].

Але, незалежно від різновиду тіньової економіки, вона створює певну загрозу національній безпеці та негативно впливає на економічну стабільність країни. Крім того, означене явище суттєво впливає на імідж країни, а отже потребує негайної боротьби, особливо якщо мова йде про формування соціально відповідальної держави. Слід відзначити, що основними напрямками державної політики визнано подолання «тінізації» економіки шляхом реформування податкової системи, оздоровлення фінансово-кредитної сфери та припинення відпливу капіталів за кордон, обмеження позабанківського обігу коштів; забезпечення збалансованого розвитку бюджетної сфери, внутрішньої і зовнішньої захищеності національної валюти, її стабільності, захисту інтересів вкладників, фінансового ринку; здійснення виваженої політики внутрішніх і зовнішніх запозичень [2].

Тобто, можна зробити висновок, що навіть якщо тіньова економіка не є кримінальною, вона все одно не відповідає принципам соціальної відповідальності, а саме: є незаконною та наносить шкоду суспільству в цілому та кожному її члену зокрема, адже доходи від даної діяльності не оподатковуються, а процес виробництва не контролюється відповідними органами, що може призвести до невідповідної якості товарів та послуг. Проте найбільшою проблемою, на наш погляд, є і залишається незахищеність прав споживачів, які не зможуть довести факт порушення у законодавчому полі у випадку отримання шкоди від використання даних товарів та послуг.

Слід згадати, що за даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі за підсумками січня-вересня 2017 року тінізація економіки України знизилась на 3 в.п. до 33% порівняно з 2016 роком. Детінізація економіки за підсумками 9 місяців 2017 року стала відображенням продовження процесів посткризової стабілізації економіки, для яких характерна підтримка помірних темпів зростання виробництва у відповідь на розширення

як внутрішнього, так і зовнішнього попиту, збереження в цілому курсової стабільності й помірних темпів інфляції, а також поліпшенням очікувань бізнесу й населення. Показник рівня тіньової економіки, розрахований за методом збитковості підприємств, за підсумками 9 місяців 2017 року становив 22% від обсягу офіційного ВВП, що на 3 в.п. менше, ніж у відповідному періоді 2016 року [3].

Разом із тим, МВФ оцінив розмір тіньового сектору в структурі економіки України в 44,8%. Це дослідження охоплює період з 1991-го до 2015 року і показує, як змінювався показник з року в рік. Так, починаючи з 1991 року, коли тіньова економіка України оцінювалася в 38,96% ВВП, показник невпинно зростав до 1998 року, досягнувши пікової позначки в 57%. Низхідна тенденція спостерігалася до 2008 року - показник знизився до 36,65%. Фінансова криза стала причиною відскоку, і протягом 2009-2014 років рівень тіньової економіки коливався в межах 39,2-43,5%. У 2015 році українська тіньова економіка оцінювалася на рівні 42,9%. Для порівняння, у розвинених країнах показник знаходиться в межах від 7% до 15% ВВП (США, Нідерланди, Японія, Швейцарія і Сінгапур) [4].

Здійснюючи боротьбу із цим доволі складним явищем, звичайно, ефективними будуть такі заходи, як суттєве удосконалення законодавства, формування сприятливих умов для ведення чесного соціально відповідального бізнесу, протидія корупції на всіх рівнях та включаючи всі сфери діяльності, прозоре та ефективне управління державними фінансами тощо. Проте, дієвого покрокового механізму щодо впровадження означених заходів в реальне життя ще й досі не існує.

Підсумовуючи, відмітимо, що на сьогоднішній день тіньова економіка є одним з стимуляторів соціальної безвідповідальності. І якщо держава все ж таки обрала шлях соціально відповідальних реформ, починати потрібно саме із вирішення розглянутої проблеми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні питання національної безпеки України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mediarnbo.org/2017/02/22/aktualni-pitannya-natsionalnoyi-bezpeki-ukrayini/>
2. Тіньова економіка в Україні: стан, тенденції, шляхи подолання [Текст] : аналіт. огляд / [упоряд.: С. С. Чернявський, В. А. Некрасов, А. В. Титко та ін.]. – Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2017. – 152 с.
3. МЕРТ оприлюднило свій відсоток тіньової економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/02/12/634005/>
4. Тіньова економіка України досягає 45% - МВФ. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua.korrespondent.net/business/economics/3939177-tinova-ekonomika-ukrainy-dosiahaie-45-mvf>

Іоніцой Є.Ю.
студентка II курсу факультету міжнародної економіки і менеджменту
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Початок ХХІ ст. став етапом формування активної дискусії про розвиток середнього класу в усіх країнах світу. Актуальність вивчення та дослідження даного феномена полягає в тому, що перспективи створення процвітаючої держави багато в чому пов'язані з формуванням середнього класу як соціальної бази ринкових реформ і активної суспільної сили, що виражає і відстоює інтереси всього суспільства.

Наявність потужного середнього класу в суспільстві означає: домінування в суспільстві активної життєвої позиції – прагнення самостійно забезпечувати добробут собі та своїй родині, дбати про майбутнє, зокрема про старість; наявність внутрішніх джерел інвестування – населення не проїдає миттєво всі зароблені кошти, а інвестує значну їх частину в бізнес, житло, освіту. Високий платоспроможний попит населення і відповідно масштабний внутрішній ринок породжує попит та пропозицію, тобто спричиняє до економічного зростання, збільшення зайнятості. Середній клас, який має належний рівень освіти, відзначається обізнаністю в своїх правах і прагненням їх відстоювати у визначених законодавствах межах [1].

Згідно стратифікаційного критерію, ключові ознаки середнього класу – особиста свобода та наявність власності – досить необхідні, але не достатні. Головна додаткова визначеність – це рівень доходу (відповідно, і якість життя, яка їм визначається: рівень освіти, стандарти споживання тощо), який забезпечує нормальне (середнє) для даної країни і даного періоду життя індивіду. По-перше, це відносно доступний статистичний показник. По-друге, він є надзвичайно ліберальним і демократичним, дозволяє розширити поняття середнього класу і перевести розгляд з області відносин виробництва і власності до сфери споживання, у тому числі споживання соціально-культурних благ.

За прогнозними даними відносно високі темпи зростання світової економіки у сполученні із гальмуванням зростання населення приведуть до різкого прискорення приросту ВВП на душу населення (3,5% у 2011 – 2020 роки, проти 1,3 % у 1980-ті та 1,6% у 1990-ті роки). Тобто у 2020 р. майже половина населення Землі (3,6 млрд. чоловік) буде жити у країнах із середньодушовим ВВП більше ніж 10000 дол. за рік. У 2005 р. у таких країнах мешкало 23,2% (1,48 млрд.) населення планети. При збереженні значної

диференціації у доходах чисельність середнього класу суттєво зростає до більш ніж 40% населення Землі [2].

Проблеми середнього класу активно дискутуються в Україні з початку 2000-х років – часу виходу українського суспільства з тривалої і глибокої трансформаційної кризи. В цей час поняття середнього класу входить також і до офіційного обігу на державному рівні. Проголошується політика становлення середнього класу, який розглядається як «основа соціальної стабільності» та «головна складова громадянського суспільства». Сьогодні в українському соціально-економічному житті необхідні комплексні заходи з його реформування та згуртування суспільних сил, здатних послідовно втілювати як соціальні, так і економічні реформи в життя. Однією з таких сил повинен виступати середній клас. Саме він у більшості розвинених країн є основою стабільності та добробуту. Як основний платник податків, середній клас формує державний та місцевий бюджети, визначає споживчу поведінку населення та вирішальним чином впливає на розвиток внутрішнього ринку[3].

Дослідження показують, що підприємництво та самостійна зайнятість займає значну частку серед груп у середньому класі. Частка тих, хто займається підприємництвом, становить 61%. Частка середнього класу в групі підприємців перевищує 80%, серед тих, хто починав справу, 53% в сім'ях, що одержують доходи від підприємницької діяльності, середній клас дорівнює 60% [4]. Проте в середньому класі України надто мізерна частка власників — підприємців, фермерів та орендарів. Переважну його більшість складають наймані працівники та особи, які перебувають на утриманні суспільства або сім'ї (пенсіонери, учні, студенти). Це робить середній клас України 116 дуже вразливим і залежним від ситуації на ринку праці (наявності робочих місць і ціни праці), а в кінцевому підсумку — від держави, оскільки вона залишається найбільшим роботодавцем в Україні.

Проблема формування середнього класу невід'ємна від проблем подолання бідності в Україні, рівень якої складає в державі 27,8%, а рівень крайньої бідності – 14,5% [5]. Об'єктивний діагноз стану суспільства свідчить про те, що основні соціальні ризики, такі як бідність, зростаюча диференціація населення, відчуженість значної кількості громадян від суспільного життя, звуженість їх доступу до освіти, медицини й культури, досягли масштабів, які можуть становити реальну загрозу національній безпеці держави.

Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні фінансується не в повному обсязі, далека від потреб, що не дає змоги організувати навчання, надання державної фінансової підтримки і мікрокредитування підприємців. Крім того, розвиток малого і середнього бізнесу в Україні не забезпечений необхідним чином

законодавством. Це відбувається тому, що сучасне підприємництво в Україні не виконує визнану у світі функцію регулюючого механізму інститутів ринку [5].

Наступний елемент державного механізму сприяння становленню середнього класу вимагає узагальнення практичного світового досвіду у питаннях становлення середнього класу шляхом використання новітніх технологій інтелектуалізації та інформатизації.

Рекомендації щодо становлення потужного середнього класу в Україні:

- забезпечення особистості якісною загальною та фаховою освітою і створення умов для її професійного зростання;
- виховання особистості як носія нової організаційної, духовної культури, який здатен підібрати й згрупувати команду професіоналів та особисто стати на чолі фундаментальних перетворень;
- створення дієвих законів, які б гарантували кожній особистості підтримку і повний соціальний захист усіх її прав та можливостей;
- створення відповідних державних та громадських фондів, які б сприяли реалізації кращих ідей у житті;
- спрощення руху капіталів і трудових ресурсів; лібералізація податкової системи, істотне скорочення кількості податків та спрощення їх адміністрування;
- упорядкування контролю та нагляду за діяльністю господарюючих суб'єктів, видачі патентів і ліцензій, установлення квот і лімітів, граничних і фіксованих цін.

Становлення і розвиток громадянського суспільства нерозривно пов'язані з формуванням середнього класу. Він виконує роль умови або специфічного фактора, становлення громадянського суспільства, забезпечує його економічні, політичні, соціальні та культурні основи. Значущість середнього класу обумовлює нагальність створення сприятливих умов для його розвитку. Таким чином, задля прискорення формування середнього класу в Україні потрібно підпорядкувати сумісні зусилля держави та населення на соціальну спрямованість ринкової трансформації, стабільні і високі темпи економічного зростання, продуктивну підтримку державою механізму по створенню масового середнього класу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Лібанова Е. М. Трансформаційні процеси, соціальна стратифікація і перспективи становлення середнього класу / Е. М. Лібанова // Економіка і прогнозування. – 2002. – № 2. – С. 34–60.
2. Мировая экономика: прогноз до 2020 года / Под ред. акад. А. А. Дынкина. М.: Магистр, 2007.

3. Мельник О. Функціональна роль «середнього класу» в українському суспільстві [Електронний ресурс] / О. Мельник. – Режим доступу: <http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2008/04/blog-post.html>.
4. Бондар І.К. Підприємництво в Україні як економічна основа становлення середнього класу // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 3. – С. 62 – 65. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Соколик М. Архетипні засади формування середнього класу в Україні: споживчі настрої, ціннісні пріоритети / М. Соколик // Публічне управління: теорія та практика: зб. наук. пр. – Х.: Вид-во ДокНаукДержУпр, 2012. – Спецвипуск. – С. 192–206.

Panchenko B.
Student 1 course of ED "Master"
faculty of Economics
Priazovsky State Technical University

WAYS AND DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF CORPORATE CULTURE IN THE FIELD OF HUMAN CAPITAL

Organizational culture refers to culture in any type of organization including that of schools, universities, not-for-profit groups, government agencies, or business entities. In business, terms such as corporate culture and company culture are often used to refer to a similar concept [1, p. 35].

Improving the corporate culture should take into account the peculiarities of the transformation of the economy and social sphere of Ukraine.

The main institutional mechanism for ensuring the growth of corporate culture is social dialogue, the effective organization and functioning of the social partnership system, in which sectoral and regional councils play a very important role, which should take a leading position in their regions to activate social activities of corporations. In this regard, it is advisable to create institutional mechanisms at the sectoral level, for example, social codes of large companies or their associations. The problems of human development at the local (production level) should find their concentrated embodiment in ensuring the high quality of labor potential and standard of living. Achieving these goals involves the development and implementation of an effective social policy of the enterprise and an acceptable level of development of corporate culture.

Corporate culture is seen as an important foundation of social policy. Moreover, the culture of relations is a prerequisite and high performance of the social policy itself.

The goals of a corporate culture are much larger than the goals of an enterprise's social policy, as they include values, standards of personnel behavior, and achieving high economic efficiency and competitiveness [2, p. 100].

In developed post-industrial states, considerable attention is paid to the formation and development of corporate culture; powerful material, innovative, informational and intellectual resources of corporations are attracted. In particular, special structural divisions have been created and are functioning in American and Japanese firms, developing a long-term strategy for introducing and maintaining a high level of corporate culture, and improving the system of corporate value ideas.

Modern institutions of higher education should also make their positive contribution to the process of forming a new corporate culture and modernizing society as a whole. First of all, it is the preparation of corporate managers of a new type, capable of initiating and approving within the institutions, enterprises and organizations of a new corporate culture, introducing new principles, values and behavioral models in the system of relations between managers and future specialists.

Considering that gender and corporate culture are interrelated, to improve corporate culture, managers at various levels of government should actively support their workers and protect them from situations that discriminate against them. To do this, we need assistance in developing a sense of self-respect and mutual respect among employees of different sexes, helping them become economically independent workers [3, p. 150].

One of the priorities for the formation and development of corporate culture is the development of a strategic state project for the development of partner corporate culture. This direction is the most acceptable for large holdings, companies, enterprises of individual sectors of the economy and social sphere of the regions and Ukraine. A reliable basis for increasing the corporate culture of the personnel is to increase the general social culture of citizens [4, p. 110].

In turn, changes in the corporate culture make it necessary to appropriately transform the forms and methods of working with staff, strengthen and develop the corporate culture, and receive it as the basis for their further personal improvement[5, p. 79].

The most important principle of corporate culture is respect for human dignity and the development of harmony among staff. Thanks to this principle, employees unite their efforts.

It should be noted that the formation of an employee of the market type with a high level of corporate culture in the modern period is proceeding slowly and spontaneously. Therefore, the efforts of enterprises should be directed to the growth of the work culture and the level of corporate governance, provide real opportunities for each employee to maximize their corporate potential in the work process, which will help them flexibly adapt to the market and simultaneously shape their market economic behavior and bring the corporate culture closer to the right level. In this regard, updating the forms and methods of corporate management based on appropriate labor motivation

is one of the important conditions for a stable transformation of the Ukrainian economy into a market and building an effective model of a socially oriented economy.

LIST OF SOURCES USED

1. Krylov A.N. Corporate identity for managers and marketers. M.: Publishing house Icarus, 2nd ed. 2004. - p. 35-37.
2. Shkonda V.V., Kalyanov A.V. Human potential in the axiological dimension // proceedings of the IAPM. – 2011. – Issue 4 (31) – K.: GP Outstanding house «Staff», 2011. – p. 100-106.
3. Eldridge J., Crombie A. A sociology of organization. — London: Allen&Unwin, 1974. - p. 150-151.
4. Vikhansky, O. S., Naumov, A. I. B54 Management: Textbook. - 3rd ed. - M.: Gardariki, 2003. - p. 110-118.
5. Shein E.H. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view. — San Francisco. CA.: Jossey-Bass Inc., 1985. - p. 79-95.

Пржевальський М.М.

студент III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*

СЕРЕДНІЙ КЛАС В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

В Україні з початку 2000-х років досить часто обговорюється тема середнього класу, його особливостей визначення та розвитку в українських реаліях. Середній клас, як стверджує абсолютна більшість науковців, є основоположною соціальною структурою що активізує сили, зацікавлені у створенні ринкової економіки, соціальною групою, що здатна здійснювати самостійну, відповідальну та активну діяльність. Проте якщо мова йде про Україну, то на мій погляд, слід казати про недостатню інституціоналізацію цього соціального прошарку, а також, про неприйнятні економічні умови для його домінування у економічній структурі суспільства за прикладом розвинених країн.

За даними досліджень міжнародних соціологічних організацій (Global Wealth Report 2017), чисельність середнього класу в США сягає близько 38%, у Німеччині та Ізраїлі – 42%, у Великій Британії – 57%. Країною з найбільшим середнім класом стала Австралія (66%). Український середній клас сягає близько 17%. Проте представники середнього класу в Україні, на думку фахівців, жодним чином не відповідають критеріям, встановленим для представників середнього класу демократичних держав світу. Тому оперуючи об'єктивними даними, матимемо цифру не більше 5% [3].

Розподіл багатства та доходу в сучасних капіталістичних суспільствах, зокрема і в нашій країні, залишається дуже нерівним, незважаючи на те, що більшість людей в них живуть зараз заможніше, аніж кілька поколінь тому. У соціології усталена модель класової структури нерівності у розвиненому суспільстві, яка передбачає його поділ на три основні класи вищий, середній і нижчий. На відміну від класової структури сучасних розвинених суспільств, соціальна стратифікація у колишньому радянському суспільстві має переважно етакратичний характер, тобто відображає значною мірою нерівність у доступі різних верств до важелів державної і політичної влади та відповідних привілеїв.

У сучасних постіндустріальних суспільствах домінуюче становище має середній клас. В економічно розвинених демократіях соціальна структура, якщо уявляти її в якості геометричної фігури, нагадує ромб, де верхні та нижні верстви суспільства малочисельні, натомість середній клас утворює найширший сегмент у центрі фігури. Існує два підходи у визначенні середнього класу – суб'єктивний та об'єктивний. Суб'єктивний ґрунтується на принципі самоідентифікації, тобто виходить з міркувань самих членів суспільства стосовно того, до якої соціальної верстви чи класу вони належать. Об'єктивний підхід оперує ознаками, що не залежать від переконань індивіда, – найчастіше це характер праці та рівень доходів. Необхідність і надзвичайна важливість дослідження процесу становлення та визначення стратегічних напрямів розвитку середнього класу обумовлюється статусом і роллю цієї групи в суспільстві.

Середній клас у розвинених країнах виконує важливі соціальні функції. Зокрема він виступає у ролі соціального стабілізатора, підтримуючи еліти й захищаючи малозабезпечені верстви населення. Середній клас – це також чи не найбільший прошарок економічних донорів, що вчасно сплачують податки і є значною споживчою групою. Окрім цього, середній клас активно береже і поширює цінності та традиції своєї країни [4].

Загальносвітові стандарти вивчення середнього класу як прошарку суспільства звертають увагу на такі основні критерії, що вирізняють його серед інших:

- Стабільні доходи, що задовольняють широкий спектр матеріальних, соціальних і духовних потреб;
- Значний рівень добробуту(власна домівка з сучасним ремонтом, принаймні одне авто бізнес-класу на родину, якісне харчування, можливість придбання коштовних речей тощо);
- Високий рівень освіти, усвідомлення себе щасливою людиною, висока тривалість життя.

Слід зазначити, що більшість названих параметрів в Україні ще або не склалася, або не набула відчутних проявів. Середня тривалість життя чоловіків у нашій країні становить

61,7 року, а жінок – 73,4 (Україна за цим показником передостання в Європі), чисельність населення щорічно зменшується на 200–300 тис. осіб, відбувається депопуляція. За таких умов у нашій країні ускладнено швидке формування середнього класу[5].

На думку фахівців, феномен „середнього класу” в Україні позбавлений базових матеріальних ознак: переважну більшість населення (85 %) за оцінками соціологів можна кваліфікувати як малозабезпечені або такі, що перебувають за межею бідності. Відтак, єдиним критерієм, що можна застосовувати при аналізі стану та рівня середнього класу у вітчизняних умовах, є самоідентифікація громадян з точки зору власної приналежності до середнього класу. Згідно з даними різних соціологічних опитувань, кількість громадян, які відносять себе до середнього класу коливається в межах 50 %.

Особливості перерозподілу ресурсів на етапі трансформації України зумовили наявність потужного сектору тіньової економіки та, відповідно, тіньової політики, які в поєднанні сформували особливу соціальну групу – закриту, нечисленну спільноту сучасної політично-бізнесової еліти, що вкотре засвідчує нерозривний зв’язок власників великого капіталу та правлячих в цей час владних еліт. Результатом цього процесу є фактичне позбавлення певної частини українського середнього класу однієї з головних статусних ознак — готовності захищати демократичні цінності і перспективи висхідної соціальної мобільності (через закритість еліти) та обмеження іншого джерела його формування – малого та середнього підприємництва. Постійно зростає кількість підприємців-фізичних осіб та власників малих підприємств. Втім, через відсутність сприятливого підприємницького клімату значна частина малих підприємств вимушено переходить у тіньовий сектор, або за неможливістю дотримуючись букви закону реалізувати свій потенціал та розвиватися — не витримують конкуренції чи не мають достатнього попиту [6].

Надзвичайно важливим на даному етапі розвитку України, на мій погляд, є прийняття Податкового Кодексу, який сприяв би створенню умов для вільного підприємництва і своїми положеннями не знищував би середній клас. Від держави більшість середнього класу очікує допомоги щодо створення сприятливих умов зайнятості працездатних громадян, встановлення адекватної ціни праці, створення нових робочих місць, умов для вільного підприємництва, надання соціальних кредитів на отримання житла, освіти тощо.

Отже, перед державою на шляху формування середнього класу стоїть досить багато вимог, проте першочерговою, на мій погляд має стати створення умов для розвитку малого бізнесу та стимулювання інвестиційної й інноваційної діяльності підприємств шляхом послаблення податкового тиску і спрощення оподаткування. На сьогоднішній день в

Україні прийнято близько 10 державних документів, що так чи інакше стосуються інтересів малих підприємців, та з іншої сторони, нівелюються іншими законами.

Як висновок можна зазначити: на сьогоднішній день поняття «середнього класу» в Україні є досить розмитим і відносним. Загальноприйнятим у світі критеріям “типового” середнього класу відповідає в Україні вкрай невелика частина населення. Причому прошарок середнього класу в українському суспільстві характеризується значною нестабільністю, оскільки в умовах кризового стану економіки вкрай важко зберегти відповідність основоположних критеріїв відповідності: стабільний дохід, що задовольняє соціальні та матеріальні потреби, наявність коштовного майна (автомобіль, техніка) та житла покращеного комфорту. У майбутньому хотілося б звернути увагу дослідників на необхідність подальшого моніторингу цієї проблеми та надання рекомендацій для розвитку середнього класу в Україні як невід’ємної частини економічної та соціальної стабільності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Головаха Е. Изменение социальной структуры и формирование среднего класса на Украине [Електронний ресурс] / Евгений Головаха – Режим доступу до ресурсу: <http://www.nir.ru/sj/sj/4golov.htm..>
2. «Середній клас в Україні: уявлення та реалії [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://razumkov.org.ua/uploads/article/2016_Seredn_klas.pdf.
3. Global Wealth Report 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://static.poder360.com.br/2017/11/global-wealth-report-2017-en.pdf>.
4. Ремовська О. Середній клас в Україні [Електронний ресурс] / О. Ремовська – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/1838917.html>.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Проблеми становлення середнього класу як основи розвитку громадянського суспільства в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/April2010/2.html>.

ВДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

В основі формування економічної моделі на будь-якому рівні організації суспільства повинен бути індивідуальний підхід, що базується на корпоративній культурі. Необхідність такого підходу зумовлена неможливістю існування як єдиної соціально-економічної моделі для всіх країн, так і типових моделей для окремих адміністративно-господарських систем, які відрізняються особливостями свого функціонування. Тому проблеми формування і реалізації корпоративної моделі управління необхідно вирішувати диференційовано як на макрорівні (стосовно країни і адміністративно-економічних регіонів), так і на мікрорівні стосовно окремих корпорацій з урахуванням рівня сформованої в них корпоративної культури і типу стратегії їх розвитку [1, с. 64-72].

Аналіз свідчить, що корпоративна культура в моделях виробничо-господарських систем найбільш чітко виявляється при створенні в них відповідної системи управління.

Для повноти методології корпоративної культури та корпоративного менеджменту, розглянемо основні чинники, врахування яких дозволить здійснити заходи щодо їх вдосконалення. До них належать:

- економічний, матеріальний, загальнокультурний і духовний рівень розвитку країни, від якого залежить організаційна поведінка та корпоративна культура сучасного підприємства, стратегія і місія його розвитку;
- рівень фінансово-економічного потенціалу та стан конкретного об'єкту управління, його зв'язки із зовнішнім середовищем, використання сучасних корпоративних технологій управління персоналом підприємств;
- правова забезпеченість та адекватність правових норм країни потребам конкретної організації, стратегії розвитку підприємств, можливість спиратися на конкретний базис країни для її реалізації;
- врахування змісту та стану системи зовнішніх зв'язків, конкретного виду управлінської діяльності організації, її культури і каналів доступу сторонньої культури;
- організаційно-правові та організаційно культурні засади діяльності корпорацій, установ та організацій, рівень корпоративної культури персоналу та управлінців;

- розрахункова ефективність праці управлінського персоналу, її роль у підвищенні результативності діяльності працівників через корпоративну культуру, культуру управлінських комунікацій та рішень, їх взаємовідносин.

Процес прийняття нових управлінських рішень при стандартизації вдосконалює та забезпечує ефективний розвиток кожного підприємства. Чим вищий рівень вимог стандартів, які використовуються підприємством, тим вища його конкурентоспроможність на сучасних вітчизняних та зарубіжних ринках. Для конкурентоспроможності продукції на міжнародному рівні необхідно, щоб її стандарти відповідали вимогам діючих міжнародних стандартів і навіть мали можливість їх перевищувати.

Міжнародні стандарти охоплюють всі сторони діяльності підприємства. В сфері окремих напрямів діяльності підприємства найбільш поширеними у сучасний період є наступні стандарти: ISO 9000, ISO 14000, SA 8000, BS 7799, DNV (OHSAS) [2, с. 109]. Наприклад, міжнародні стандарти ISO 9000 уявляють собою вимоги до системи управління якістю, забезпечують довіру споживачів і дають гарантію, що всі обумовлені характеристики продукції відповідають реальності. Міжнародні стандарти системи ISO 14000 охоплюють вимоги в управлінні навколишнім середовищем і забезпечують довіру споживачів до виконання норм екологічної безпеки і охорони довкілля.

Важливими з точки зору корпоративного управління є міжнародний стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», який охоплює вимоги до системи управління соціальною відповідальністю і забезпечує довіру споживачів щодо дотримання на підприємстві соціальних, економічних, громадянських, конституційних та інших прав і свобод людини. Для підвищення рівня корпоративної культури персоналу та управлінців різних категорій необхідно уточнення їхніх функцій, підвищення правової, корпоративної і стратегічної компетентності управлінського персоналу.

Зростання корпоративної культури управління передбачає вироблення здібностей, навичок та вмінь персоналу незалежно від конкретної посади. Досягнення нових соціально-психологічних якостей керівників і працівників сучасних підприємств має стати обов'язковою умовою та засобом для докорінної зміни управління, якої потребує стратегія розвитку економіки України. Успіху в ній можна досягнути через корпоративне управління на основі професійного і особистого розвитку, управління знаннями, раціональною структурою витрат робочого часу, розвитком потенціалу співробітників та організації в цілому.

Таким чином, пріоритетним напрямком підвищення рівня корпоративного менеджменту, включаючи корпоративну культуру, є оновлення та вдосконалення функцій управлінців, а зростання корпоративної культури управління повинно забезпечуватися

діяльністю висококваліфікованих менеджерів підприємств та спрямовано на досягнення вибраної стратегії розвитку підприємства. Її напрям має вибиратися підприємством з урахуванням його потенційних можливостей. Серед можливих стратегій розвитку корпорацій можна виділити наступні види [2, с. 110-113]:

- інноваційна стратегія – спрямована на розробку та впровадження нових видів товарів, форм та методів роботи;
- маркетингова – передбачає освоєння нових ринків і розширення сегменту існуючих, покращення збуту продукції через вивчення попиту та пропозицій;
- інвестиційна – пов'язана із пошуком інвестиційних ресурсів, і необхідних для інноваційного розвитку та модернізації підприємства;
- фінансова – передбачає забезпечення стійкої фінансової діяльності підприємств, зниження витрат на виробництво, підвищення продуктивності праці, зростання прибутку, скорочення втрат робочого часу, зростання курсу акцій;
- диверсифікаційна – орієнтована на випуск нової продукції через освоєння нових видів діяльності з урахуванням специфіки її виробництва;
- технологічна – ґрунтується на покращенні використання капіталу, завантаженості обладнання, використанні виробничих потужностей, площ та техніки.

В сучасний період в якості одного з перших кроків на регіональному рівні економіки є призупинення зниження культури корпоративного управління. Тому на рівні регіонів потрібно здійснювати оцінку реального потенціалу підприємств, визначати їх можливості, класифікувати їх для розробки диференційованих заходів щодо їх стратегічного розвитку.

Використання системного підходу щодо зростання корпоративної культури сприятиме розвитку інноваційної діяльності підприємств, спрямованої на підвищення якості праці, що у свою чергу покращить якісні характеристики розвитку економіки країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Костин А., Юха Лехто. Корпоративная ответственность и развитие: Мировой опыт и концепция // Проблемы теории и практики управления. – 2005. - №2. – 72 с.
2. Шконда В.В. Корпоративна культура в управлінні людським потенціалом: монографія / В.В. Шконда, А.В. Кальянов. – Донецьк: «Ноулідж» (донецьке відділення), 2009. – 168 с.

Сироватка Д.О.
студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна

СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Сучасне суспільство пережило суттєві трансформації і продовжує змінюватися. В Україні за останнє десятиліття відбулося значне зростання ролі такого процесу, як споживання. Виникають явища споживацтва та оніоманії. Оніоманія – це невпинне бажання купувати що-небудь без причини, іншими словами шопоголізм. Зростання ролі процесу споживання викликало чималу кількість досліджень споживання у вітчизняній соціології. Теоретичне обґрунтування процесів споживання пов'язано з науковою спадщиною М.Вебера, Т. Веблена, Г. Зіммеля, Т. Зомбарта Ж. Бодрійяра. Серед українських всених це: С. Вакуленко, О. Герус, Т. Кривошия, О. Козаченко, Г. Кудринська, Н. Лисиця, М. Лукашевич, М. Мاستинець, І. Набруско, Ю. Пачковський, В. Пилипенко, В. Полторак, В. Резнік, Є. Суїменко, В. Тарасенко, Н. Удріс, Ф. Хрустальов, Ю. Черевко та ін. [1]

Споживання стало невід'ємною частиною повсякденного життя кожної людини. Велика частка українців перебуває під впливом ідеології суспільства споживання. Ринок, маркетинг, ЗМІ та реклама навмисно популяризують споживацтво. Процес і характер споживання відображають спосіб життя, цінності та культуру населення країни. Все частіше люди керуються такими цінностями як: багатство, слава, успіх, наслідування моди, постійні нові придбання, прагнення змін і зростання, що і призводить виникнення суспільства споживання.

Непомітно для себе людина заражається вірусом споживацтва і стає жертвою надмірного, ірраціонального споживання, тобто реалізовує вже не стільки споживання як нормативну соціальну дію, скільки споживацтво як девіацію.

Для виявлення ступеня впливу споживацтва на молодь у 2013 р. запорізькими дослідниками було використано опитувальник О. Джеймса, що складається із 16 тверджень. Чим більше тверджень збігаються з уявленнями респондента про себе – тим вищий ступінь його схильності до споживацтва.

У дослідженні методом анкетування в березні 2013 р. (n=610) було зафіксовано, що 22% молоді мають високий рівень споживацтва за шкалою О. Джеймса

Таблиця 1

Рівень	Частота	Відсоток
Низький	140	23,7
Середній	320	54,2
Високий	130	22

Крім цього, схильність молоді до споживацтва оцінювали також за допомогою запитання, апробованого в дослідженнях 2009–2011 рр. (n=800; n=1525; n=947), що складається з трьох тверджень, кожне з яких відповідає вираженості або невираженості споживацтва:

1. Мені хочеться купувати новий одяг і часто міняти його (Активні споживачі демонструють прагнення до споживання).
2. Я готовий купувати його в міру необхідності (Раціональні споживачі демонструють ощадливість).
3. Мені достатньо того, що є (Консервативні споживачі демонструють байдужість до споживання).

У цьому дослідженні було підтверджено гіпотезу про проникнення цілі чималої частини молоді базуються на таких цінностях споживання, як: модні речі; багатство; фізична привабливість; популярність; соціальний статус; особисті досягнення; матеріальна вигода (здійснено узагальнення відповідей за твердженнями шкали О. Джеймса) [1].

Чим же ж власне небезпечне суспільство споживання для України і як впливає на українців? Основне, це невміння накопчувати, заощаджувати, фінансова неграмотність, що призводить до бідності, постійних боргів та життя на межі виживання; бажання витратити завжди більше за бажання заробляти; чим більше ти купуєш, тим важче насититись. Головна турбота кожного – гроші в будь-який спосіб. Гроші сприймаються як мірило інтелекту, правосуддя, великодушності та благородства. Правда є тільки там, де є гроші. Суспільство втрачає здатність до критичного мислення.

Суспільство споживання несе Україні дві головні загрози: економічну і духовну. Перша полягає у тому, що Україна за продажем кінцевого продукту на внутрішньонаціональному ринку – імпортоорієнтована країна. Збільшується внутрішнє споживання переважно імпортного продукту, що збагачує країни-імпортери, на відмінну від нашої. По суті, суспільство споживання і традиційна філософія маркетингу як його рушійна сила будь-яку імпортоорієнтовану країну веде до неминучого економічного краху. Маркетингова філософія стимулює внутрішнє споживання, в результаті чого економіка України не в змозі підтримувати існуючий рівень споживання за рахунок власних ресурсів.

Україна не здатна не тільки конкурувати своїм кінцевим несировинним продуктом на зовнішньому ринку, але й на внутрішньому теж.

Друга базується на тому, що економічна деградація є завжди наслідком деградації духовної. Духовна деградація, породжена Суспільством споживання, призведе до того, що негативні явища життя соціуму будуть сприйматися як його нормальність, а лицемірство — як природна поведінка членів суспільства у відносинах одне з одним. Уже зараз ми читаємо статті про те, як на храми жертвують власники будинків розпусти, наркобізнес контролюють і розвивають ті, хто з ним покликаний боротися, жінки народжують дітей за гроші як товар, а священики освячують торгові центри. Жага споживання охопила всі верстви населення. Все суспільство. Всю державу [2].

У суспільстві споживання завжди посередні цінності, посередні цілі, посередні досягнення. Духовна деградація перетворює Україну на країну щирих брехунів, де той, хто каже правду, завжди буде ізгоєм. Духовна деградація знищує саму можливість формування української нації як самобутньої соціально-економічної, культурно-політичної і духовної спільноти. Втрата економічної незалежності та духовної деградації суспільства – найбільша національна трагедія, породжена Суспільством споживання, яку саме суспільство навряд чи спроможне осмислити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Зоська Я. В. Споживацтво українців: вільний час та практики його споживання / Я. В. Зоська, Б. А. Сторчовий. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2015. – №67. – С. 113–122.
2. Суспільство споживання як національна трагедія України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://dt.ua/POLITICS/suspilstvo_spozhyvannya_yak_natsionalna_tragediya_ukrayini.htm

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: соціальна взаємодія в умовах соціальних невизначеностей; соціальні та медіа-комунікації; соціологічна діагностика якості освітніх послуг застосування оціночних технологій в соціологічних дослідженнях

Артамонова Н.О.

магістрантка спеціальності «Соціологія»,
Донецький державний університет управління, Україна

СОЦІАЛЬНА КОМФОРТНІСТЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ: ОБГРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ

Наразі в Україні триває реформа «Нова українська школа». У вересні 2017 року ухвалено Закон України «Про освіту», який регулює основні засади нової освітньої системи. На черзі – ухвалення нового закону «Про загальну середню освіту», в якому буде більш детально розкрито зміни. Формула Нової української школи включає в себе 9 компонентів: новий зміст освіти, заснований на формуванні компетентностей, потрібних для успішної самореалізації в суспільстві; вмотивований учитель, який має свободу творчості й розвивається професійно; наскрізний процес виховання, що формує цінності; децентралізація та ефективне управління; педагогіка, що ґрунтується на партнерстві між учнем, учителем і батьками; орієнтація на потреби учня в освітньому процесі (дитиноцентризм); нова структура школи, яка дає змогу добре засвоїти новий зміст і набути компетентності для життя; справедливий розподіл публічних коштів, що забезпечує рівний доступ усіх дітей до якісної освіти; сучасне освітнє середовище, яке створює необхідні умови, засоби і технології для навчання учнів, освітян, батьків не лише в приміщенні навчального закладу [1, с.7].

Отже, одним з пріоритетів розбудови Нової української школи є формування безпечного, комфортного освітнього / навчального середовища. Йдеться про школу як простір повноцінного розвитку дітей в атмосфері фізичного комфорту, сприятливого соціального та психологічного клімату, що підтримує особистість, вчасно реагує на її потреби та з повагою ставиться до її особливостей [2, с.4].

Поняття «освітнє середовище» вивчали як зарубіжні (Дж. Гібсон, У. Мейс, Т. Менг, М. Турвей, В.А. Ясвін та інші), так і вітчизняні (Г. Балл, І. Бех, Є. Бондаревська, С. Максимова, О. Пехота, В. Рибалка В. Сєріков, С. Сисоєва та ін.) дослідники. За В.А. Ясвіним, освітнє середовище – це характеристика життя всередині освітнього закладу, система впливів і умов формування особистості, а також системи можливостей для розвитку особистості, які містяться у соціальному та просторово-предметному оточенні [2, с.9].

Інтегруючи психологічний, екологічний та інформаційний підходи до поняття «безпечне освітнє середовище», під останнім можна розуміти стан освітнього середовища, в якому: наявні безпечні умови навчання та праці, комфортна міжособистісна взаємодія, що сприяє емоційному благополуччю учнів, педагогів і батьків, відсутні будь-які прояви насильства та є достатні ресурси для їх запобігання, а також дотримуються права і норми фізичної, психологічної, інформаційної та соціальної безпеки кожного учасника навчально-виховного процесу. При цьому комфортність освітнього середовища більшістю дослідників розглядається вузько – як характеристика саме психологічної складової безпеки освітнього середовища, а саме, як оцінка емоцій, почуттів та домінуючих переживань у процесі взаємодії дорослих і дітей в закладі освіти [2, с. 10-11].

Ергономічний підхід до навчального середовища значно розширює уявлення про комфортність, використовуючи її як інтегральну оцінку за основними групами матеріальних та нематеріальних чинників, таких як: фізико-хімічні (температура, вологість, хімічний склад, фізичний стан та швидкість обміну повітря; освітлення, наявність шумів тощо); структури простору (розміри, форма, орієнтація елементів простору); час (тривалість та ритм впливу чинників середовища); техніко-естетичні (краса форм, ліній, забарвлення шкільного оснащення та обладнання, естетичне використання кольору, світла і музики, художнє оформлення наочних засобів навчання тощо); соціально-психологічні (взаємовідносини між однокласниками, загальна соціально-психологічна атмосфера в класі, організація позакласної роботи тощо). В результаті такої оцінки навчальне середовище може бути комфортним, відносно комфортним або екстремальним. Комфортне навчальне середовище забезпечує оптимальну динаміку працездатності, гарне самопочуття та збереження здоров'я суб'єктів навчального процесу. Відносно комфортним середовищем вважають таке, яке протягом певного часу забезпечує потрібний рівень працездатності та збереження здоров'я учителя та учнів, але викликає у них неприємні суб'єктивні відчуття та функціональні зміни, які не виходять за межі норми [3].

Як бачимо, і широкий і вузький підходи до розуміння комфортності освітнього / навчального середовища лише побіжно торкаються соціальної складової. За М. Вебером, соціальне – це орієнтація на іншого, на відповідну реакцію. Соціальне найбільш широко проявляється у нашому ставленні один до одного, до місця, яке ми посідаємо в суспільстві, а також до тих явищ, що відбуваються в суспільстві. Більш широкий вжиток в педагогічній практиці поняття «соціальна комфортність освітнього середовища», на нашу думку, дозволить більше уваги зацентрувати на соціалізаційних процесах та ідентифікації особистості, на усвідомленні суб'єктами навчання своїх статусних позицій та ролей, на моделях соціальної взаємодії.

Соціальна комфортність може також розглядатись як одна з характеристик соціального самопочуття. У такому випадку варто враховувати традицію вивчення феномену соціального самопочуття у вітчизняній соціології, зокрема підходи, в рамках яких під соціальним самопочуттям розуміється як інтегрована характеристика реалізації життєвої стратегії особистості, ставлення до оточуючої дійсності, суб'єктивної її сторони, або ж як «синдром свідомості», що відображає ставлення до взаємозв'язку між рівнем запитів і ступенем задоволення життєзначущих потреб. Як узагальнена характеристика адаптації людей до умов сучасного життя соціальне самопочуття складається з 3-х складових: внутрішнього стану людини (здоров'я, настроїв, відчуття щастя, оптимізму); оцінки зовнішніх умов (сприйняття власного стану); становища за нових умов [4].

Широкий вжиток поняття «освітнє середовище» в контексті освітньої реформи призвів до певного витіснення усталеного поняття «навчальна діяльність». Між тим, якщо перше поняття акцентує увагу переважно на умовах навчання, то друге, з точки зору діяльнісного підходу, розглядається як особлива форма активності особистості, спрямована на засвоєння (присвоєння) соціального досвіду пізнання і перетворення світу, що включає оволодіння культурними способами зовнішніх, предметних і розумових дій. На думку, І. Зимньої, в результаті навчальної діяльності відбувається вдосконалення, розвиток, формування учня як особистості завдяки усвідомленому, цілеспрямованому присвоєнню їм соціокультурного досвіду в різних видах і формах суспільно корисної, пізнавальної, теоретичної та практичної діяльності [5].

Таким чином, використання поняття «соціальна комфортність навчальної діяльності», на нашу думку, дозволяє узгодити нові методологічні виклики, поставлені освітньою реформою, з теоретичним доробком вітчизняної педагогіки та досвідом вітчизняних емпіричних соціологічних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нова українська школа: концептуальні засади реформування середньої школи. URL:<https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
2. Цюман Т. П., Бойчук Н. І. Кодекс безпечного освітнього середовища: методичний посібник. Київ, 2018. 56 с. URL:<https://mon.gov.ua/storage/.../bezpechnogo-osvitnogo-seredovishcha-140818.docx>
3. Ергономічне організування функціонального простору в школі. *Каранузова Н.Д., Зімниця Є.А., Помогайбо В.М. Основи педагогічної ергономіки: навчальний посібник.* Київ: Альма-матер, 2012. 192 с. URL: https://pidruchniki.com/2008021536573/pedagogika/ergonomichne_organizuvannya_funktsionalnogo_prostoru_shkoli

4. Соціальне самопочуття молоді. *Социология молодежи: учебник* / Под. ред. Р.В. Ленькова. Москва: Юрайт, 2015. 416 с. URL: https://stud.com.ua/24377/sotsiologiya/sotsiologiya_molodi

5. Навчальна діяльність як вид діяльності. *Савенков А.И. Педагогическая психология: базовый курс*. Москва: Юрайт, 2014. 672 с. URL: https://stud.com.ua/88936/pedagogika/navchalna_diyalnist_diyalnosti

Батрак Д. А.

студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.П. Гетьмана», Україна*

СПІЛЬНЕ ТА РІЗНЕ: УКРАЇНА ТА ПОЛЬЩА

Україна та Польща – дві країни які із давніх давен були та залишаються сусідами на географічній карті світу. Незважаючи на близьке розташування між ними завжди розпалювались проблеми різного характеру: релігійні, політичні, територіальної цілісності. Якщо звернути увагу на сьогоdnішній контекст: питання робочої міграції. Зважаючи на всі ці аспекти Україна та Польща має низку спільностей та відмінностей. Розглянемо актуальність запропонованої теми у декількох аспектах

По-перше, в період нестабільної політичної ситуації в Україні слід велику увагу приділяти саме сусіднім країнам: знати історію для того аби розуміти, які відносини існували між ними з формування територій для уникнення майбутніх конфліктів. По-друге, чи взагалі несе Польща вплив на українську культуру чи культуру окремих західних регіонів України. Та останнє – це найактуальніше, що має величезний вплив на формування економіки України та є її наслідком – це робоча міграція, адже все частіше у ЗМІ зустрічаються заголовки на кшталт «польська економіка повністю тримається за рахунок українців».

Отже, логічно буде розпочати з історії цих двох країн, а саме одного з періоду, а саме з періоду 17 століття – Національно-визвольна війна або Хмельниччина (за правління Богдана Хмельницького). Тут причинами слугували політичні, релігійні та соціальні проблеми. По-перше, напередодні національно-визвольної війни в Україні не було своєї держави. Більша частина українських земель входила до складу Речі Посполитої, феодальне право якої відрізнялося особливою жорстокістю, а державні закони обмежувалися всевладдям магнатів і місцевої адміністрації. В українського народу фактично не було перспектив на повноцінний політичний розвиток за умови подальшого перебування у складі Речі Посполитої. По-друге, обмеження для українців у правах при обійманні

урядових посад і роботі в органах самоврядування міст; нерівність у правовому та політичному становищі української православної шляхти, обмеження її інтересів. Католицьке духовенство презирливо ставилися до української мови та культури; після Берестейської церковної унії 1596 р. польська шляхта цілеспрямовано запроваджувала серед українського населення католицизм, забороняла вживати українську мову в установах та навчальних закладах. Стрімко зростав наступ католицизму й уніатства на права та свободи Української православної церкви: здійснювалася конфіскація її церковного майна і земель; впроваджувався обов'язковий податок для населення на утримання католицької й уніатської церков. По-третє, знищення природних багатств на українських землях (наприклад, спалення лісів заради виробництва і продажу на європейських ринках поташу); зростання панщини (5-6 днів на тиждень), натуральної та грошової ренти; збільшення податків і відпрацювання селян на користь держави; посилення особистої залежності селянина від польської шляхти та магнатів; розгул магнатсько-шляхетської сваволі, посилення експлуатації з боку орендарів, які намагалися під час оренди землі отримати максимальний прибуток; більшість міст на території українських земель перебували в приватній власності, розвитку ремесла і торгівлі перешкоджав весь суспільно-політичний устрій Речі Посполитої з її анархією і свавіллям, системою оренди і застав, знаходженням військ на утриманні міщан, митною системою; українці були позбавлені права працювати в цехах, а заняття ремеслом поза цехами суворо переслідувалося. [1]. Взагалі за загальними підрахунками в період Хмельниччини загинуло 300 тисяч українців та декілька сотень тисяч поляків. Таким чином, кривава, жорстока боротьба між українцями та поляками, яка розпочалася 1648 р., призвела лише до взаємного знекровлення та знесилення.

Проте, незважаючи на такий розпал українсько-польського конфлікту, з часом відносини починали налагоджуватись та з розвитком історії починалось з'являтися все більше і більше спільних рис, а саме в загальних настроях українців та поляків. Так 25 березня 1920 р. на політичному банкеті з нагоди польсько- українських переговорів один із найвидатніших польських лідерів Ігнаци Дашинський заявив: «В історії ми читаємо, що не раз і не два лилася зовсім непотрібна польська та українська кров у боротьбі між собою, боротьба знесилила обидва народи і довела до втрати самостійності і Україною, і Польщею перед ворогами сильнішими, які тільки й чекали нашого знесилення, щоб накинути на нас і на вас ярмо неволі, тяжкі кайдани гніту. Але зараз Польща стає на шлях нового порозуміння з Україною, і тут я урочисто заявляю, що, на мою думку, не може бути вільної Польщі без вільної України і вільної України без вільної Польщі» [1]. Першою державою, яка вже другого дня після проведення 1 грудня 1991 р. референдуму на підтримку Акту

проголошення незалежності України та проведення перших в історії України всенародних виборів Президента визнала незалежність України, була Республіка Польща. У травні 1992 р. між Україною і Польщею було підписано Договір про добросусідство, дружні відносини та співпрацю. Нарешті, на офіційному рівні, у спільній декларації Президента України і Президента Республіки Польща у червні 1996 р., було засвідчено те, про що ще на початку століття казав І. Дашинський. Ці дружні відносини ми маємо й по сьогоднішній день.

Проте, здавалось би відсутність конфліктів була однією з рушійних сил сьогоднішньої проблеми робочої міграції. Тут ми теж маємо дещо спільне, адже всім відомо, що польське населення частково іммігрувало до європейських країн, та що український народ все частіше виїжджає на заробітки до Республіки Польщі.

Згідно з дослідженням трудової міграції поляків, підготовленого агенцією праці WorkService, у 2017 році Велика Британія була найпопулярнішим напрямком трудової міграції поляків. Тоді 19% поляків, які планували виїхати з Польщі на заробітки, декларували, що поїдуть саме на Британські острови. Цьогорічне опитування показало, що пріоритети змінилися. Сьогодні лише 5,7% поляків хочуть поїхати на заробітки до Великої Британії. Причиною є Brexit, а також падіння курсу британського фунта. Як зазначають польські експерти, це не дуже добрий сигнал для британської економіки, яка через певний час може відчувати нестачу робочої сили.

Зараз найпопулярнішим напрямком для трудової міграції поляків стала Німеччина, куди декларують готовність поїхати 31,5% поляків, котрі планують трудову міграцію за кордон. Це викликано як географічною близькістю, так і сприятливою ситуацією на німецькому ринку праці. Мінімальна зарплата в Німеччині майже утричі вища, ніж у Польщі. Крім Німеччини іншим популярним напрямком трудової міграції поляків стали Нідерланди (15%), туди поляки хочуть їхати на сезонні роботи. [2]

Поглянути на міграцію не лише з точки зору цифр закликала експерт з Центру східних досліджень ім. Марка Карпія (Польща) Марта Ярошевич, яка разом зі співробітницею Національного інституту стратегічних досліджень Оленою Малиновською (Україна) підготували дослідження на цю тему.

Польська дослідниця запропонувала розглядати два типи міграції українців: циркуляторну – мешканців переважно із Західної України, де такі мігранти не ставлять за мету залишитися у Польщі, та постійну. Й до речі, остання – має менші масштаби, що підтверджується статистикою. Згідно з даними Євростату, кількість громадян України, які мали чинний дозвіл на проживання у Польщі, враховуючи довготривалі візи, становила у кінці 2016 року 409 тис осіб. Згідно зі статистикою Управління у справах іноземців у

Польщі, на початку лютого 2018 року дозволи на проживання мали 145 тис українських громадян.

«Так звана переселенська міграція зростає значно повільніше, - зазначила Марта Ярошевич. –Краще масштаби трудової міграції відображає кількість заяв польських роботодавців, котрі дають право на тимчасову роботу в країні, і які отримали назву «освідчення». У 2017 році зареєстрували 1,71 млн таких документів. Відзначу, динаміка зростання їх кількості була меншою, ніж у 2015-2016 роках. Загалом вважаю, що найбільш підходящим терміном для нинішнього явища є англійський термін «mixed migration flows» (у перекладі змішані міграційні потоки). Звичайно, це є й економічна міграція, яка значною мірою пов'язана з погіршенням безпекової ситуації в Україні у зв'язку з початком воєнного конфлікту й погіршенням економічної ситуації. До 2013 року у країну надходив постійний потік українських мігрантів, який навіть показував динаміку до падіння. Тож у Польщі ніхто не очікував різкого його збільшення. Наш ринок праці справляється з такою кількістю, але його можливості абсорбувати таку кількість мігрантів – обмежені»

Українсько-польське дослідження показало, що змінилися й параметри міграції українців до Польщі. Якщо раніше працівники приїжджали з Західної України, то зараз помітно зросла кількість мігрантів із центральних та східних регіонів нашої держави. Згідно з дослідженням Національного банку Польщі, серед українських мігрантів, які вперше прибули до Польщі у 2014-2015 роках, 28,4% - були із Сходу України. При цьому до 2014 року частка вихідців з цього регіону складала лише 6,3%. Частка людей з регіонів, які безпосередньо постраждали внаслідок війни на Донбасі, зросла до 11,7%. Серед мігрантів зі Східної України переважають чоловіки й вони в середньому мають молодший вік, ніж їхні співвітчизники з інших регіонів.

На думку Марти Ярошевич, приїзд українців має й позитивні наслідки для її Польщі, з якої виїжджають громадяни та у якій падає народжуваність. Загалом польські експерти, політики та підприємці вважають важливим присутність українців на ринку праці країни. Зокрема, українські трудівники потрібні у таких секторах економіки, як будівництво, сільське господарство, сфера послуг, де бракує робочих рук. У той же час, відсутні будь-які оцінки потреби польського ринку праці у трудових мігрантах. Також існують питання, чи саме через працевлаштування українців роботодавці не поспішають підвищувати рівень зарплат.

На проблеми, які така міграція створює для України, звернула увагу Олена Малиновська. Вона, зокрема, відзначила, що за освітнім рівнем наші мігранти у Польщі – досить освічені.

«За даними нашого Держстату, у 2017 році серед них 16.4% були з вищою освітою, 16.7% - з базовою та неповною вищою, - зазначила Олена Малиновська. – При цьому 51.7% наших мігрантів виконували найпростіші роботи, які не потребують кваліфікації, 2,4% – займали посади професіоналів, фахівців, технічних службовців. Тобто маємо не "відтік мізків", а їх втрату» [3]

Україна та Польща має декілька спільних за характером періодів в історії: коли наші нації намагались викоринити один одного, далі ми були людським ресурсом у війнах. Історично наші країни знаходяться одна біля одної тому в принципі поділ території або намагання нав'язати власний стиль життя є нормальним процесом, що був притаманний тому часу. Але сьогодні, в період глобалізації та динамічного розвитку суспільств – це є свого роду диким. Адже нам ще в школі навчають толерантності, тоді чому ми не можемо запроектувати це на міждержавний вимір?! Сьогодні країни не просто повинні, а мусять поважати суверенітет окремої держави та її устрій та намагатись розвивати власну.

Спільною демографічною проблемою України та Польщі є трудова міграція. Цю проблему потрібно вирішувати покращенням життя українців(та поляків відповідно) на державному рівні. Адже частина німецької економіки тримається за рахунок поляків, польської- українців, а наша економіка стоїть в так званому “простої” Це питання є актуальним вже протягом як мінімум 5 років, так з одного боку таким чином гроші з’являються і в нашій країні, адже найчастіше люди їдуть туди на заробітки та потім витрачають або пересилають кошти саме в Україну, таким чином існує постійні трансферні шляхи. Але це ніяк не відображається на розвитку української економіки, адже відбувається саме «відтік мізків» та спричиняється певне безробіття.

На останок, відмінною рисою наших держав – є релігія. Проте знову ж таки повторюсь, що в період сучасної трансформації тут повинна бути присутня толерантність і навіть якщо Західна Україна має інше віросповідання, ми повинні створити всі умови для їхнього комфорту, адже релігія за собою несе культуру та історію (тут і книжки, і будівлі) – що є головними атрибутами ідентифікації власної національності та державності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна і Польща. Випробовування історією [Електронний ресурс]– Режим доступу до ресурсу: <https://zbruc.eu/node/77157>.
2. Поляки змінюють напрямки трудової міграції [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2460368-polaki-zminuut-napramki-trudovoi-migracii.html>.
3. Трудова міграція: виклики та наслідки для України та Польщі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://kvpu.org.ua/uk/news/5/2797>.

THE ROLE AND FUNCTIONS OF MEDIA COMMUNICATIONS IN THE MODERN INFORMATION SOCIETY

Today, social media has become the object of everyday needs of individuals all around the world. The popularity of modern social media as a kind of media communications can be observed constantly in our everyday life: communication through mobile phones for communication, entertainment, online courses, etc. Under the conditions of globalization, progress is due to the fact that thanks to mobile devices and applications downloaded from them, individuals have the opportunity to earn money, buy stocks, find other people and many other activities through social media communications anywhere. However, the use of social media in the information society provides a number of features and dangers.

Hence the problem of the role of media communications in a globalized environment requires in-depth study. Therefore, the purpose of this work is to define the role and place of social media in the modern information society.

Social Media refers to the means of interactions among people in which they create, share, and/or exchange information and ideas in virtual communities and networks. Social media communications (social networks) are the types of media communications and today they have become an integral part of modern social life. They allow you to contact any person free of charge and instantaneously at anytime and anywhere. It is also an incredibly fast way to get any information at the earliest time. And it became so simple and convenient that it's hard for us to imagine how people lived without it before.

Nowadays such Social Media as Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube&Vimeo, Telegram are managed as the most popular [1]. Blogs: A platform for casual dialogue and discussions on a specific topic or opinion. Facebook: The world's largest social network, with more than 1.55 billion monthly active users (as of the third quarter of 2015). Users create a personal profile, add other users as friends, and exchange messages, including status updates. Brands create pages and Facebook users can "like" brands' pages. Twitter: A social networking/micro-blogging platform that allows groups and individuals to stay connected through the exchange of short status messages (140 character limit). YouTube & Vimeo: Video hosting and watching websites. Instagram: A free photo and video sharing app that allows users to apply digital filters, frames and special effects to their photos and then share them on a variety of social networking sites. Snapchat: A mobile app that lets users send photos and videos to friends or to

their “story.” Snaps disappear after viewing or after 24 hours. Telegram: It is a messaging app with a focus on speed and security; it’s super fast, simple and free. You can use Telegram on all your devices at the same time – your messages sync seamlessly across any number of your phones, tablets or computer. With Telegram you can send messages, photos, videos and files of any type (doc, zip, mp3, etc), as well as create groups or channels for broadcasting.

“Social Media is source of communication which is most powerful and the best way to increase the conversion of the business” – Akshay Verma, Digital Marketing (2018) [2]. Social media is, first of all, a way of communication, it is also a social community, communication with the audience and building relationships. You can see the popularization and hear the feedback thanks to this connection. In this case, social media is characterized by the following features: authenticity (that is, sincerity, authenticity in this case), honesty and open dialogue are key to the successful use of social media, promotion of the brand / product; the presence of feedback: social media not only allows you to hear what people are talking about you, but also give you the opportunity to answer. At the same time it is advisable to listen first, but only then to speak. For example, the manufacturer can find out what the consumer expects from the product and this will enable you to make a profit in the future.

It’s hard to imagine our life without Social Media today. The number of internet users worldwide in 2018 is 4.021 billion, up to 7% year-on-year. The number of Social Media users worldwide in 2018 is 3.196 billion, up 13% year-on-year. The number of mobile phone users in 2018 is 5.135 billion, up 4% year-on-year. Annual growth continues apace, especially in active mobile social users – 39% penetration up 5% from 2017. The global increase in Social Media usage since January 2017 is 13% [3].

Knowing how to behaviour/post on Social Media is also important as this is reflective of your brand personality and consequently influencers social uses to buy or unfollow. Social Media is increasingly being used as a customer service platform where customers and potential customers want answers quickly and in real-time. Only 27% of Social Media users respondents will be promoted to purchase products after seeing behind the scenes content shared on brand social pages. Also, customers often pay attention to the statistics and rating of a particular network, in order to know in advance this will be a potentially good decision to use this product (no matter what brand, survey, order). The more users and reviews, the more people trust.

As noted above, in modern conditions, social networks allow individuals to generate profits, which requires a direction and understanding of their skills. For example, for companies who want to render serious business services and promote their brand through social networks, the social network Facebook is most suitable. To promote a personal brand is more suitable for using Twitter.

It is also necessary to mention the social networks for practicing sociologists. In particular, there are available information in social networks, it is easy to find the location of certain resources, it is convenient to conduct questionnaires and surveys at a distance, and it is much easier to handle the results.

Social media play a decisive role in combining people and developing relationships not only with key principles and journalists that cover the business sector, but also provide an excellent opportunity to set up customer service by collecting information, responding to them, and listening to their feedback [2]. Readers distribute information with their names and reposts, which all the time increase the number of new visitors to a specific page or blog. When the number of blog participants becomes significant, you can earn on advertising, sales of goods, participate in affiliate programs, and you can even sell the group for a considerable amount.

On the Internet, there are many systems that allow you to earn money from advertising in your publicity and blogs. These are so-called PR exchanges in social networks with occasional pay. If the owner of the blog or page has a fairly large number of readers, then such a service will bring him good money.

We emphasize that social networks today serve as a communication, association of individuals and profit making, for example, through the creation of their own business, etc. In this case, the purpose of social media is determined by such important principles: first, in every social platform, if you have a certain number of followers, you can become influential and earn significant money from each brand to promote them. Social media is the best source for communicating with the audience, setting up different surveys, conducting research, and a large audience only facilitates the accomplishment of the tasks. Second, the social platform is becoming a source of income for people, but they need to invest their time on YouTube and affiliate marketing in order to understand the specifics and capabilities of the entire concept.

Social media is increasingly being used as a customer service platform where customers and potential customers want to respond quickly and in real time. Only 27% of social media respondents will be encouraged to buy products or use services after they see behind the scenes the content posted on the social pages of the brand. Also, customers often pay attention to the statistics and rating of a particular network, in order to know in advance this will be a potentially good decision to use this product (no matter what brand, survey, order). The more users and reviews, the more people trust [3]. Social networks should also be used to create their own positive image and create new social connections, since employers, potential business partners, clients, etc. often study information about the personality through social networks.

Thirdly, social media is becoming increasingly scalable and growing increasingly around the world, making the audience even more, and the information is more accessible to perception.

Even in the media, many news are based on publications from social networks. As soon as any event happens in the world, social networks will spread it around the world at the same time.

As we can see, social media greatly facilitates our everyday life and becomes an integral part of it. They make it possible to realize individuals in different directions, to try new directions of development and to achieve success in this. At the same time, social media does not require radical changes, only minor improvements, in particular, increasing the demand for cyber security so that users are more confident in using the use of new sites. As mandatory for the study of disciplines, it would be advisable to introduce educational subjects related to the study of meaningful and safe, perspective use of the above mentioned media in the program of secondary or higher education.

REFERENCES:

1. Tufts University Social Media Overview [Електронний ресурс] / University Tufts. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://communications.tufts.edu/marketing-and-branding/social-media-overview/>.
2. Akshay V. Digital Marketing [Електронний ресурс] / Verma Akshay. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: www.quora.com.
3. DIGITAL IN 2018: WORLD'S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Бутмерчук Д. Ю.

студентка Шкурсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
ДВНЗ «Київський національний економічний
Університет ім.В.Гетьмана», Україна

МАСОВИЗАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМА ЧИ НОРМА

На сьогодні сектор вищої освіти розвивається під впливом ринкових процесів, а не зваженої державної політики. В епіцентр досліджень науковців-соціологів, потрапляє проблема масовізації вищої освіти. Включення населення до здобуття освітнього рівня є важливим показником рівня освіти суспільства, проте проблема масовізації на сьогодні має як прихильників так і опонентів. Прихильниками масовізації вищої освіти та її позитивних соціальних ефектів, є Е. Ганушек та Л.Восман. Вони аргументують свою точку зору позитивними соціальними ефектами, а саме: збільшення заробітної плати, значущості освіти для суспільства, зростання економічних показників життя та її якості. Опоненти цієї проблеми мають критичне ставлення та обґрунтовують його зниженням якості освіти. Такими опонентами є С.Щудло, В.Бакіров, Є.Подольська, Л.Сокурянська, Л.Хижняк та ін.

Розширення доступу молоді до здобуття вищої освіти поєднує як плюси так і мінуси. Проте центральним у цьому питанні постає забезпечення належної якості отримання освітніх послуг студентами.

За останні роки в сучасному світі набуває розвитку процес – масовізації вищої освіти. З 1970-х років до 2010-х року, показник розроблений Інститутом статистики ЮНЕСКО GrossEnrollmentRatio, який показує співвідношення кількості отримувачів вищої освіти до загальної кількості населення за певним віком. Даний показник за відповідні роки у світі зріс 22 %, з 10 % до 32 %, в Західній Європі та Північній Америці – від 31% до 76%. На відмінно від Українського зростання на 41 %, в Україні не змінився її ідеологічний напрям здобуття вищої освіти. Вища освіта, і досі спрямована на спеціалізовану підготовку спеціалістів для народного господарства.

В Україні впродовж 1990-2017 рр. чисельність вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації зросла вдвічі від 149 до 289, абсолютний максимум припав на 2008/2009 н.р. коли налічувалося 353 вищі. Збільшення чисельності навчальних закладів супроводжується також і зростанням кількості студентів, які в них здобувають вищу освіту з 881,3 тис. до 1330,0 тис. (максимальна чисельність студентів була у 2007/2008 н.р. -2372,5 тис.) [2].

Загалом, зростання отримувачів вищої освіти, дає нам культурний капітал знань суспільства, підвищений рівень обізнаності суспільства, значущість освіти, підвищення соціальних ефектів в суспільстві. Проте, існує критичне обґрунтування масовізації вищої освіти суспільства, яке будується на зниженні якості отриманої вищої освіти.

Таке ставлення проявляється в знеціненні отриманих дипломів, зростанні безробіття серед кваліфікованої молоді. З'являється максимізація кількості студентів у вишах, проте якість надання освітніх послуг та пошуки талантів серед молоді стає неважливим.

В наш час ми спостерігаємо, що підготовка фахівців здійснюється не через потреби ринку, а з попиту на вищу освіту, тому такий попит не завжди є нормою для суспільних потреб та не свідчить про мотиви студентів стати дійсно кваліфікованим фахівцем. Така популярність вищої освіти має тільки бажання отримати диплом та відтермінує молоду людину від самостійної трудової праці на 4-5 років.

В такому випадку, масовізація вищої освіти може стати проблемою інтелектуальної кризи, яка для суспільства несе тільки руйнуючі процеси на виробничий розвиток країни.

Вищі навчальні заклади мають принцип «Більше студентів-більше грошей», це означає, що вони є комерціалізованими внаслідок недофінансування освітнього сектору. Отже, сьогодні. існують певні соціальні проблеми, які необхідно вирішувати.

Упродовж 2017р. наукові дослідження і розробки (далі – НДР) в Україні виконували 963 організації, 45,8% з яких відносилися до державного сектору економіки, 39,0% – підприємницького, 15,2% – вищої освіти [1]. Отже, дана ситуація свідчить про радянську модель розвитку науки та освіти.

Конкуренція вишів внаслідок масовізації вищої освіти, зростає за стратегію збереження та зростання чисельності платних студентів, та має не чистий вигляд конкуренції, яка б сприяла за підвищення якості освіти.

Маючи орієнтир на комерціалізацію, виші пропонують здобути освіту за топ спеціальностями, які користуються попитом серед студентів, економіст, юрист, менеджер. Проте, за цими спеціальностями ринок вже перенасичений, а за інженерними спеціальностями потребує нестачу. Але, напрям вища освіта не змінює, бо за топ спеціальності отримує чималі прибутки.

Внаслідок масовізації вищої освіти, відбувається інтенсивне збільшення кількості професорсько-викладацького складу, це відбувається не так якісно, адже до роботи запрошують викладачів сумісників. Однак, європейський напрям провокує молодь до міграції та навчанні за кордоном, що призведе до зменшення кількості студентів та поступового закриття або злиття найменш привабливих (приватних) вищих навчальних закладів. Таким чином, може виникнути кадрова пастка. Тому для реформування освіти це певна проблема.

Напрямок реформування, повинен передбачати державне регулювання обсягу замовлень на підготовку фахівців, який буде потребувати ринок праці не тільки сьогодні, але й і в майбутньому. вибір шляху реформ, що передбачають регулювання державою обсягу замовлення на підготовку фахівців, який потребує ринок праці нині чи потребуватиме у майбутньому.

Сьогодні саме держава може максимально вплинути на підвищення ефективності системи вищої освіти. Основними ефектами від реформування вищої освіти в Україні, можна очікувати: створення незалежних організацій з оцінки якості освітніх послуг; вирішення проблеми кадрового забезпечення для навчально-наукового процесу; розширення автономії вишів; створення науково-дослідницьких університетів з досвідченим, науковим потенціалом; уникнення надлишкових спеціальностей та заохочення на нові напрями підготовки в яких потребує ринок.

Зацікавленість українського суспільства та влади до світової інтеграції, може сприяти адаптації вітчизняної освіти до міжнародних стандартів освіти наукового та освітнього співтовариства. Також, поліпшенню становлення освіти буде сприяти створення інститутів громадянського суспільства, відкритої та доступної інформації про ВНЗ.

Отже, можна стверджувати, що масовізація вищої освіти несе за собою негативні наслідки, які перевищують позитивні. Масовізація сприяє не дотримуватися високих академічних стандартів освіти, вона ці стандарти занижує. Європейський студент прагне отримати вищу освіту заради диплому, виключно розглядає його як товар, що має певну ціну. Проте, в даному питанні актуалізується проблема якості надання освітніх послуг, яка дає можливість для розбудови якісної державної системи управління освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наукова та науково технічна діяльність в Україні у 2017 році [Електронний ресурс] / Дежавний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс] / Дежавний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Шинкарук В. Основні напрями модернізації структури вищої освіти України [Електронний ресурс] Василь Шинкарук. – Режим доступу : [http://www.mon.gov.ua/education/higher/bolpr/ napr_ukr.doc](http://www.mon.gov.ua/education/higher/bolpr/napr_ukr.doc).
4. Робота аспірантури та докторантури у 2013 році : Експрес-випуск (04.03.2014 р. № 74 0 05.4 вн-14). [Електронний ресурс]. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

Волкова А. М.

студентка II курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ЖИТТЯ СТУДЕНТА

Актуальність цієї теми в першу чергу пояснюється проникненням комп'ютерної та телекомунікаційних технологій в освіту, науку, економіку, політику, культуру тощо.

Сьогодні одним з найважливіших видів комунікації в Інтернеті є соцмережі. Людська цивілізація вступила в епоху інформації. Спостерігаються суттєві зміни в оточуючому нас середовищі, технологіях і споживанні матеріальних та духовних благ. Соцмережі відображають функціонування різних галузей суспільства та забезпечують інформаційний сервіс спілкування, дозвілля та інших видів професійної діяльності особистості. Мережа необхідна всім - незалежно від професії, соціального статусу, вікових та гендерних відмінностей.

Соціальна мережа – соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відображає різноманітні зв'язки між ними через соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними відносинами.

Вперше термін було запропоновано в 1954 році Дж. А. Барнсом в роботі «Class and Committees in a Norwegian Island Parish. Human Relations». Дуже часто феномен «соціальна мережа» пов'язують з поняттям коннективізму, запропонованим Джорджем Сіменсом та Стівеном Доунсом, яке ґрунтується на теоріях мережі, хаосу, складно організованих та само організованих систем [1].

Соцмережі як засіб розвитку особистості істотно сприяє її самореалізації і розширює соціальні можливості. Користувачі соціальних мереж не тільки споживають інформацію, але й постійно наповнюють її різними інформаційними ресурсами.

Першим інтернет-сайтом, який пропонував можливості роботи із соціальними мережами, був classmates.com, який з'явився в 1995 році. За ним, в 1997 році з'явився SixDegrees.com. Починаючи з 2001 року почали з'являтися сайти, в яких використовувалась технологія під назвою «Коло друзів». Ця форма соціальних мереж, яка широко використовується у віртуальних спільнотах, набула широкої популярності в 2002 році та розквітнула з появою сайту Friendster. Наразі, існує більш ніж 200 сайтів з можливостями організації соціальних мереж. У 2004 році була створена найбільша на сьогоднішній день соціальна мережа у світі Facebook, а соціальні мережі почали розглядатись як складова Інтернет стратегії [4]. На даний час усе більшої популярності набувають різноманітні соцмережі. Такі як: Instagram, Facebook, Telegram, YouTube, Twitter та інші.

Аналізуючи досвід використання соціальних мереж у навчальній діяльності можна висунути наступні аргументи на користь використання соціальних мереж в навчальних цілях:

- Звичний простір спілкування для студентів;
- Студенти не витрачають на покупку дорогого програмного забезпечення для збереження даних;
- Соціальні мережі мають дуже гарний функціонал, який дозволяє швидко поширювати студентам інформацію;
- Відвідуваність. Основними користувачами соціальних мереж є студенти, аудиторія від 16-19 та від 20-29 років;

Цікаво, що освітні сайти, на яких викладач розміщує навчальні матеріали для занять, студенти заходять тільки за необхідності, проте в соціальних мережах вони проводять найбільше часу.

- Використовуючи соціальні мережі, студенти опановують пошук-аналіз інформації;
- Підвищення зацікавленості у вивченні певного предмета, цікавіше шукати та опанувати навчальний матеріал не в друкованому вигляді, а через Інтернет.

- Дистанційне навчання. Навчальний процес не обов'язково переривати на час хвороби студента або викладача.
- Постійна взаємодія студентів з викладачем. Якщо в аудиторії учасники навчального процесу зустрічаються один-два рази на тиждень, то з використанням соціальних мереж це може відбуватися більше разів.
- Підвищення комунікативних стосунків між студентами
- Проведення лабораторних та практичних занять в онлайн режимі.

Вперше дослідження Пенсильванського університету, засноване на експериментальних даних, поєднує використання Facebook, Snapchat та Instagram зі зниженням добробуту. Психолог Мелісса Г. Хант опублікувала свої висновки в грудні у журнал соціальної та клінічної психології. Кілька попередніх досліджень намагалися показати, що використання соціальних медіа шкодить добробуту користувачів, а ті, які або ввели учасників у нереалістичні ситуації, або обмежені за обсягом, просять їх повністю відмовитися від Facebook і покластися на дані самостійного звіту, наприклад, або проводити роботу в лабораторії в найкоротші терміни, як година. "Ми поставили перед собою завдання зробити більш комплексне, суворе дослідження, яке також є більш екологічно допустимим", говорить Хант, заступник директора з клінічної підготовки факультету психології Пенна [2].

У моєму соціологічному опитуванні "Використання соціальних мереж та пошукових серверів у повсякденному та навчанні житті серед молоді" взяли участь 40 респондентів, з яких 42,5% - чоловіки та 57,6% - жінки. Вік респондентів становив від 16 до 25 років.

Усі респонденти є активними користувачами мережі Інтернет, 10% опитуваних використовують що 4 години, 85% опитуваних використовують щодня, 5% - декілька разів на тиждень.

Були отримані такі результати:

- 30% респондентів вважають, що переважає спілкування у соцмережі.
- Необхідність застосування мережі різна: для роботи (15%), для пошуку інформації (60%), для спілкування в соціальних мережах (65%), для розваг (55%), та для передавання інформації (25%).
- 75% респондентів ставляться до соціальних мереж позитивно та 25% нейтрально.
- 100% респондентів є користувачами соціальних мереж, з яких 85% використовують щодня, 15% - кілька разів на тиждень.
- 20% опитуваних сказали, що могли б прожити без глобальної мережі Інтернет, 15% - не могли 65% опитуваних не дали однозначної відповіді.

- 5% опитуваних вважають, що потрібно закривати доступ до соціальних мереж у навчальних закладах, 40% мають протилежну думку;
- 50% схилиються до думки частково, але в межах розумного.

Отже, інтернет негативно впливає на особистісний розвиток студентів. Наприклад, студенти перестають читати книги; скорочується коло спілкування: вони обмежуються віртуальним спілкуванням в чатах і форумах; у молоді стрімкими темпами росте агресивність яка викликана надмірним, а іноді і болючим, захопленням комп'ютерними іграми. Все це призводить до поступової деградації особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Downes Stephen. Connectivism and Connective Knowledge. Essays on meaning and learning networks/ Stephen Downes //Attribution-NonCommercialShareAlike CC BY-NC-SA. – 2012. – 601 P.
2. Social media use increases depression and loneliness, study finds. Melissa G. Hunt is the associate director of clinical training in the Department of Psychology in the School of Arts and Sciences at the University of Pennsylvania. Rachel Marx and Courtney Lipson graduated from the University of Pennsylvania in 2018. Jordyn Young is a member of the University of Pennsylvania Class of 2019. (<https://www.sciencedaily.com/releases/2018/11/181108164316.htm>).
3. Застосування соціальних мереж у навчальному процесі Кучаковська Г.А. (http://conf.iitlt.gov.ua/Images/Files/G_78_1417539443_file.Kuchakovska_Soc_78_1417539443_file.mereszi%20v%20navchanny_78_1417539443_file.docx).
4. Освітній потенціал соціальних мереж як складової інформаційно-освітнього середовища Радченко М.В. (<https://www.sworld.com.ua/konfer35/726.pdf>).

Громоздов В.
аспірант кафедри регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний університет ім. Вадима Гетьмана» , Україна
Мартинюк О.
аспірант кафедри регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний університет ім. Вадима Гетьмана» , Україна

РЕЗУЛЬТАТИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ І РЕФОРМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ЗА МАТЕРІАЛАМИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РАДИ ЄВРОПИ

В 2017 році фахівцями Ради Європи було організоване в Україні соціологічне дослідження по результатах децентралізації і реформи місцевого самоврядування [2]. Респондентам було поставлене запитання: «Які з наведених нижче інструментів використовує ваша рада (виконавчий орган) для інформування жителів об'єднаних територіальних громад?» Результати відповіді (у%) виглядають наступним чином [2,с.102]:

- оголошення/ інформація на веб - сторінці територіальної громади-85.4%;
- зустрічі з працівниками виконавчого органу-78.9%;
- зустрічі з головою територіальної громади-75.7%;
- інформаційні дошки в приміщеннях органів громади-75.1%;
- оголошення/інформація в місцевій газеті-69.7%;
- роз'яснювальні програми /оголошення на місцевому телебаченні-15.7%.

Результати соціологічних досліджень, що були проведені , з ініціативи Ради Європи в Україні в 2016 та 2017 роках показують , більшість українців , яка складала 69% у 2016, знає про те ,що в країні відбувається об 'єднання територіальних громад, але з них тільки 14% обізнані добре з цього питання, решта лише «дещо чули» [1,с.10]. Сигнал заслуговує на увагу. Потрібно підвищувати рівень інформаційно - аналітичної роботи з обов'язковим донесенням її результатів до громадян.

За даними соціологічних досліджень та аналітиків Ради Європи , більшість населення допускає зміну своєї думки стосовно запланованих в країні реформ, у разі надання додаткової інформації :в 2015 році кількість такого населення складала 63%, а в 2016 році ця кількість збільшилася до 69% [1,с.9], що свідчить про актуалізацію питань реформи самоврядування та децентралізації у свідомості населення завдяки системі інформування.

За даними соціологічних досліджень Ради Європи, серед жителів сіл, СМТ та міськ не обласного значення (в яких ще не відбулися процеси об 'єднання) 42% тільки 42 % вірять , що об 'єднання їхнього населеного пункту з іншими в одну громаду сприятиме розвитку їхнього населеного пункту, але є 36% і таких ,що в це не вірять [1,с.11].

Соціологічні узагальнення результатів опитувань приводять до висновку: найбільш популярною (85.4%) оказалась інформаційна робота через веб-сторінки, місцеве телебачення працює найменш активно, їх використання фіксують тільки 15.7 % респондентів [2,с.102], останній факт вказує на наявність недовикористання інформаційного ресурсу (тут слід додати ще радіопередачі), який є наукоємним для користування середнім територіальним адміністратором. А саме телебачення і радіо є всеохоплюючим інформаційним ресурсом, здатним повторюватись в часі, дає можливість використовувати принцип зворотнього зв'язку, що підвищує демократизацію управління, його прозорість, здатність впливати на формування інформаційного суспільства на місцях.

На поставлене соціологами питання : «Оцініть будь ласка, наскільки ефективно рада (виконавчий орган) інформує своїх жителів про послуги ,які надаються жителям об'єднаної територіальної громади? » українськи респонденти відповіли наступним чином: 87.4% вважають , що інформування відбувається належним чином. Оцінка керівним органам була поставлена -4.4 (за п'ятибальною шкалою) [2,с.101].

Соціологія виявляє зв'язок проміж ефективністю дій влади та імпульсами демократичних перетворень в державі.

В побудові пріоритетів управлінської стратегії, як показують дані соціологічних опитувань, населення обирає наступне [1,с.8-9]:

- у першу чергу , жителі України очікують від децентралізації зменшення корупції;
- поліпшення якості і доступності послуг ;
- ремонту і утримання доріг і тротуарів;
- потрібно вносити зміни в Конституцію (так вважає 55%), а 32% вважають ,що реформа можлива без конституційних змін .

Соціологічні дослідження останніх років показують , що зі зростанням інформаційної обізнаності , зростає оптимізм щодо результатів реформи з децентралізації[1,с.8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аналітичний звіт Ради Європи «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати другої хвилі соціологічного дослідження».-2016 рік. Програма «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні» [Електроний ресурс]- Режим доступу: www.slg-coe.org.ua.

2. Аналітичний звіт Ради Європи «Дослідження потреб у навчанні представників органів місцевого самоврядування об'єднаних територіальних громад :результати соціологічного дослідження».-2017рік. Програма «Децентралізація і територіальна консолідація в Україні» [Електроний ресурс]- Режим доступу: www.slg-coe.org.ua.

Ігнатенко О.В.
студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*

Горбова Ю.С.
к.соц.н., завідувач навчально наукової лабораторії
«Соціологічна лабораторія»

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університеті імені В. Гетьмана»*

СУЧАСНИЙ ОБРАЗ ЖІНКИ В МЕДІА-ПРОСТОРИ

Нині реклама тісно переплетена з нашим життям. В економічно розвинених країнах четвертою владою називають пресу, а п'ятою – рекламу. Вона формує світосприйняття і впливає на психіку. Реклама стала невід'ємною частиною громадської думки. Ще один важливий момент : «реклама = асоціації». Ці асоціації несуть за собою наслідки : купуючи «Растішку» - купуєш "міцні кістки" дитині, Київстар - головний помічник в підтримці зв'язку з близькими, а в рекламі Карпатської джерельної води красується дід з тілом молодика. Певна річ, що реклама формує певний образ, який закріплюється в нашій свідомості. Окрім того, це добряче підживлює стереотипи, які давним-давно витають в суспільстві.

До цієї теми можна підходити з різних сторін , але я хочу зачепити такі : гендерні стереотипи в рекламі та сексуалізацію реклами. Гендерний стереотип – це один з видів соціальних стереотипів. Він заснований на уявленнях про маскулінне і фемінне та їх ієрархії, які прийняті в суспільстві. Часто гендерні стереотипи вирізняються сексизмом як щодо жінок, так і чоловіків. Ці готові шаблони думок, оцінок і як наслідок поведінки інколи так глибоко вкорінюються в позасвідомі структури людської психіки, що з ними важко боротися раціональними аргументами

У той час, коли у всьому світі проявляють максимальну обережність при створенні реклами, в Україні сексизм - характерна особливість візуального і вербального зображення гендеру в рекламі. Стереотипізація є головним інструментом реклами, оскільки дає можливість легко окреслити цільову аудиторію, посиляючись на сталі норми та традиції, моделі поведінки і т.д., пояснює, чому потрібно купити саме цей продукт. Базис стереотипізації – протипоставлення традиційних уявлень соціальних ролей, сфер і можливостей реалізації чоловіків та жінок, історично складене представлення про те, якими рисами характеру, поведінки, зовнішності наділені обидва статі. Чоловікам властиві логічні роздуми, незалежність та фінансова спроможність, раціональність, домінування, лідерство,

успіх, фізична сила, орієнтація на роботу та кар'єру, сексуальна активність. А жінкам – емоціональність, інтуїція, залежність, пасивність, підкорюваність, урівноваженість, тілесна краса та молодість, жертовність, орієнтація на сім'ю та дім, сексуальна чуттєвість.

Щодо жінок, то існує безліч образів, які ми бачимо щодня. Я вибрала два найпопулярніших. Перший – «Домогосподарка». Реклама, подана під соусом "чоловік погрався з сином в м'яч - не біда! У мамі є Tide, який легко справиться з будь-яким брудом" та інші. Загалом, керуючись цією рекламою, можна винести таку закономірність: приготуванням їжі, пранням, доглядом за дітьми займаються тільки жінки, а причина бруду та різних побутових проблем за чоловіками. Хочу приділити окрему увагу роликам, які пов'язані з приготуванням їжі : для чоловіків дано два варіанти розвитку подій - він або експерт (шеф-кухар, що ділиться своїми таємницями) або споживач (наприклад, у ролику “Олейна” чоловік зустрічає жінку словами: “Я знуцьгувався і голодний”).

Отже, образ "господині" використовується в тій рекламі, де чистять, прибирають, готують, міняють підгузки дітям, а також доглядають за собою, щоб позбутися від неприємних запахів, лупи, жовтизни зубів і т.д.

Другий образ – «Барбі». Реклама, де все максимально ідеалізовано; де дівчата в захваті від своєї гладенької шкіри завдяки Venus, мають бездоганне волосся завдяки Pantene, де кожен день твій (якщо Ви розумієте про що я), де якась одна недосконалість може поставити все під загрозу (улюблена тема для реклами дезодорантів). Повсякденна рутинна їм не цікава, адже її рекламна місія на Землі – нести красу та естетику.

Отже, образ «Барбі» найчастіше використовується в рекламі косметики та засобів для догляду за собою. Зазвичай рекламодавці хочуть донести нам думку, що користуючись тією чи іншою маркою, ти будеш така ж красива і задоволена, як жінка в відповідному ролику або банері.

У німецькій мові слово “реклама” (die Werbung) дослівно означає “любове бажання”. Часто товар рекламують, використовуючи звабливі сексуальні символи або сексуально звабливі ситуації – і в 82 % таких реклам приманює жіноче тіло.

Еротизація жінки проявляється в оголенні всього тіла або його окремих інтимних зон, відповідних позах. Зображення сексуальних жінок в відвертих і підкреслено спокусливих позах в рекламі чоловічих товарів передбачає перегляд «чоловічим поглядом». У сексуалізованої реклами діє дуже проста схема: з одного боку, звабливе жіноче тіло робить звабливим і товар, який рекламують, з іншого – купуючи (внаслідок дії такої реклами) цеглу або паркет, споживач підсвідомо «купує» (присвоює) й гарну жінку з рекламного ролика. Жінці видають роль яскравої етикетки, яка викликає зацікавленість до товару. Часто реклама подає жіноче тіло як бонус за правильно обраний товар споживачем.

Прикладів сексуалізації реклами на українському телебаченні, а також на зовнішніх банерах, більше ніж достатньо. Такі зображення розмивають норми суспільної моралі, принижують роль жінки в соціокультурних процесах, а також відтворюють старі гендерні нерівності.

Чи є зв'язок між відвертим рекламним «оголенням», що продає все, що тільки можна, і ставленням до жінки? Як наша звичка бачити жіночий образ в рекламі як «даю всім», «дві за ціною однієї», «заведи її» впливає на те, що насильство стає такою ж частиною повсякденного життя? На жаль - впливає негативно і непомітно нав'язує сексистські стандарти, що виправдовують насильство по відношенню до жінок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Осторожно: сексизм! [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://zn.ua/SOCIETY/ostorozhno_seksizm.html.
2. Килберг К. Шесть стереотипных образов женщин в рекламе [Електронний ресурс] / Карин Килберг – Режим доступу до ресурсу: https://mmr.ua/show/shesty_stereotipov_zhenshtin_v_reklame.
3. Сексизм уже не в моде: как реклама использует феминизм [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://adindex.ru/news/adyummy/2015/12/30/131173.phtml>.
4. Вестник гендера в рекламе: Герои февраля [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://womo.ua/seksizm-i-obektivatsiya-v-reklame-geroi-fevralya/>.
5. Сексизм у рекламі. Чому треба перестати використовувати тіло [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://update.com.ua/likbez_tag/seksizm-u-reklam-chomu-treba-perestati-vikoristovuvati-tlo_n3631.
6. Сексизм в рекламе [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/reklama-radar/98539-seksizm-v-reklame>.

Коробцова С. С.
студентка III курсу факультету соціально-економічної освіти
Національний педагогічний університет
імені М.П. Драгоманова, Україна
науковий керівник викладач кафедри теорії
та технології соціальної роботи Івженко Інна Борисівна

ВПЛИВ СУЧАСНИХ МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ НА СУЧАСНІ ЦІННОСТІ МОЛОДІ

В процесі динамічних трансформаційних перетворень в сучасному соціумі, зокрема, в молодіжному середовищі, які супроводжуються зміною життєвих орієнтирів та цінностей, неодноразово піднімаються запитання: Що таке медіа-комунікації? І чому найголовніше правило XXI століття «хто володіє інформацією, той володіє світом»?

Безумовно, комунікація - це носій оперативної інформації, який є суспільно-важливим та актуальним так як будь-яка подія на планеті так чи інакше впливає на наше життя, на наш світогляд, на наші переконання та цінності. Безліч відомих та успішних людей стверджують, що інформація – споконвічний двигун історії, володієш нею і ти попереду всіх. Тому не дивно, що в процесі особистісного розвитку, молода людина постійно взаємодіє із масивами різноманітної інформації і цей процес стає невід’ємною частиною її повсякденного життя. Зрозуміло, що з розвитком суспільства медіа-комунікації стали специфічним феноменом, який не помітно впливає як на повсякденність, так і докорінно змінює її структуру. Держави та імперії будувались тими, через чий руки проходили найбільші потоки свіжої інформації, а з «приходом» інтернету і телебачення залишилось тільки одне правило «бути в курсі».

Питаннями впливу медіа-комунікацій на розвиток сучасної молоді займаються безліч вітчизняних та іноземних науковців, таких як А.Москаленко, Л.Губернський, І.Зверева, Н.Миропольська, Л.Коваль, О.Белінська, В.Бурова, А.Войскунський, С.Якимов, К.Ян, в численних наукових працях яких, розглядається неоднозначний вплив інформації поданої від засобів масової інформації. Найповніше тему впливу засобів масової інформації на саморозвиток молоді описується у працях таких авторів як Е. Головаха, С. Здіорук, Л. Шелестова, Н.П. Чутова, яка у своїй праці «Стратегія розвитку медіа-культури української молоді в інформаційному» [1, с.148-153], вказує на необхідність нейтралізації впливу мас-медіа на молоде покоління та активізацію роботи соціологів, психологів, педагогів, працівників медіа-індустрії для впровадження нових програм, які будуть корисними для молоді. Свого часу соціологи В. Парето і К. Мангейм вказували на не однозначну роль ЗМІ, яка, з однієї сторони, виявлялась в маніпулюванні суспільною думкою, з іншої, в підтримці людей у складних ситуаціях. Незважаючи на наукові дослідження, аспект прихованого навіювання, маніпулятивного переконання, формування спотворених уявлень та

стверджень щодо дійсності засобами масової інформації залишається не достатньо дослідженим.

Метою статті є дослідження впливу сучасних медіа-комунікацій на сучасні цінності молоді, її позитивні та негативні аспекти впливу.

Інформація однозначно спрощує життя цілого суспільства і звичайно робить його цікавішим. Людина живе у світі розвитку інформаційних технологій, починаючи отримувати інформацію ще до свого народження і завдяки інформуванню вона навчається ходити, мислити, говорити, а також просто існувати. З масивами інформації можна проводити різні операції, тому внесок інформації у розвиток особистості, безперечно, не оцінний. Але чи тільки користь приносить нам вона?!

В умовах сьогодення, коли сучасні виробники однакового товару, телекомпанії, політичні партії конкурують між собою, отримання інформації виходить за рамки простого інформування, розрахованого на свідоме сприйняття і перетворюється у більш дієвий засіб впливу – психологічне програмування, підсвідоме навіювання, тому фільми, реклами, повідомлення різних типів скеровується на позасвідому сферу особистості, її приховані інстинкти. Зокрема, під цей вплив потрапляє молоде покоління, адже воно частіше за зрілих людей звертається до мережі інтернет в пошуках науково-популярної інформації, а всі ці джерела транслюються різними рекламами, еротичними картинками, оголошеннями (у більшості випадків продаж товарів та знайомства). Жорстока поведінка, насилля, які присутні у сучасних рекламах та фільмах, дуже часто розвивають фантазії психічно хворих людей, а також переплітаються різними відтінками у свідомості психічно здорових людей, збуджуючи уяву та переконливо нав'язуючи антисоціальні мотиви поведінки. Такий вплив засобів масової інформації на молодих людей, їх моральні цінності, етичні і поведінкові норми, може зруйнувати структуру суспільних цінностей, викликати заміну вищих цінностей цінностями нижчих порядків, що призводить до морального розладу молоді і суспільства в цілому і, безумовно, може причинити розвиток негативних тенденцій у суспільстві. [2, с.2] Як підтвердження цьому відомий вислів: «інформація сьогодні сучасний варіант «дволикого Януса» - однією рукою він сіє «розумне, добре й вічне», а іншою кидає в землю зуби дракона, з яких, згідно з легендою, виростає зло». [3, с.14]

На даний час багато людей, зокрема студентів, використовують всесвітню мережу не тільки для навчання чи пошуку необхідної інформації, а як засіб проведення життєвого часу. Інтернет – простий і привабливий спосіб відходу від складної, повної різноманітних проблем та негараздів реальності. Дослідники стверджують, що занурений у віртуальну реальність користувач «змушений» актуалізувати витіснені у несвідоме інфантильні

уявлення і поведінкові патерни, здебільшого відповідні його власним психологічним потребам [4].

Безперечно, що мас-медіа стали засобом прояву, визнання і виробництва істини, онтологічним феноменом. Мас-медіа — арбітр буття, але саме буття набуває мас-медійного, віртуального характеру. Перефразовуючи Декарта, сучасне буття може охарактеризувати себе: «Я мас-медійне, отже, існую». Виробляє істину і володіє нею не інтелектуал, а засоби масової інформації. [5, с.4]

Таким чином, оскільки медіа-комунікації займають важливе місце у сучасному інформаційному суспільстві, виникає актуальна потреба у навчанні молоді аналізувати, порівнювати та розрізняти корисну для розвитку інформацію та ту інформацію, яка може зашкодити.

На мою думку, необхідно створити центр медіакомунікацій у кожному вищому навчальному закладі та в школах, який надаватиме точну, достовірну інформацію про життя в сучасному всесвіті. Основними обов'язками працівників даного центру буде проведення спеціальних занять, які направлені на формування критичного мислення щодо телебачення, фантазій та реальності на екрані.

Також, велика відповідальність щодо навчання грамотній взаємодії з інформацією, лежить на батьках, адже вони, в рамках родини, мають контролювати доступ дитини до інформації.. Отже, розроблення та впровадження заходів щодо протидії негативному впливові медіа-комунікацій на цінності молодої людини має базуватися на різних рівнях : сім'ї, суспільства, людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2014,
- 2.Бабіч Т.В. «Вплив засобів масової інформації на самовизначення молоді». – КНТУ, 2010. – с.2
3. Копиленко О.Л. Влада інформації.-К.,1991. – с. 14
4. Войскунский А.Е. Феномен зависимости от Интернета // Гуманитарные исследования в Интернете. – М., 2000. – С. 64- 95.
- 5.Галушко М. «Вплив мас-медіа на формування горизонту життєвого світу людини». – К.,2008.- с.4

Лугова М. О.
учениця 11 класу Мелітопольського ліцею № 19,
вихованка МАН учнівської молоді
Мелітопольської міської ради Запорізької області

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ЗАГАЛЬНОЛЮДСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ ЗАСОБАМИ УКРАЇНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДЕОРЕКЛАМИ

Постановка проблеми. Явище соціальної реклами є важливим складником сучасного інформаційного простору. На мас-медійному ринку вона відіграє суттєву роль в організації громадськості, єднанні суспільної думки у прагненні до ідеалів функціонування соціуму. Сучасні соціокультурні умови, що склалися в українському суспільстві стали своєрідними чинниками активізації вироблення такого типу рекламного продукту як своєрідного ненав'язливого способу актуалізації загальнолюдських та загальнонаціональних цінностей у молодого покоління.

Підлітки є уособленням майбутнього нації та людства в цілому. Однак сьогодні серед учнів старших класів досить поширеними є тенденції девіантної поведінки. Саме тому важливо, щоб інформаційний продукт, який вони споживають, був наповнений відповідними ціннісними ідеалами. Реклама є одним із джерел моделювання картини світу та формування свідомості суспільства (зокрема). Тому вивчення змістового наповнення зразків соціальної реклами та виявлення рецептивних реакцій шкільної аудиторії є надміру актуальним. Адже саме здатність школярів правильно розпізнати закладений в рекламний ролик зміст свідчить про його ефективність. Варто врахувати й той факт, що підлітки належать до впливової вікової категорії, для якої взаємоповага не є характерною, що своєю чергою підвищує значущість введеного в рекламу повідомлення. Тому стає актуальним використання під час роботи з молоддю комунікативних практик соціальної реклами – ефективного засобу впливу на формування поведінки молоді особистості.

Сьогодні реклама – частина масової культури й сприймається підлітками як елемент довкілля. Для них соціальна реклама – це джерело ідей і цінностей, оскільки вона формує світогляд та користується засобами типізації людського буття. Вона здатна вплинути на розуміння підлітками цінності людського життя, виховати взаємоповагу і почуття справедливості.

Отже, актуальність роботи зумовлена значущістю соціальної реклами як шляху формування загальнолюдських цінностей української молоді.

Мета роботи полягає у виявленні ролі соціальної реклами як способу популяризації загальнолюдських цінностей

Новизна роботи полягає у систематизації практик соціальної реклами з позиції висвітлення загальнолюдських цінностей та вивченні особливостей сприймання шкільною молоддю загальнолюдських цінностей, розкритих у роликах соціальної реклами.

Основні матеріали дослідження. Соціальна реклама – інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку [1]. Соціальна реклама – це популяризація, пропаганда та моральне заохочення таких моделей поведінки, які за масового відтворення дадуть соціально-бажані результати. Її поява є закономірним результатом еволюції суспільних відносин. Вона посіла своє місце в загальній класифікації жанру реклами, набула специфічних, властивих лише їй ознак, стала невід’ємною частиною суспільного життя. Засоби поширення реклами соціального спрямування постійно доповнюються, оскільки вони є результатом науково-технічного прогресу суспільства [4].

Соціальна реклама є окремим видом комунікації, який постійно розвивається, виконуючи свою головну функцію – зробити світ кращим.

Питання важливості загальнолюдських цінностей для особистості, яке порушувалося ще у стародавніх філософських працях, є актуальним і для сучасності. Незважаючи на те, що сьогочасний перелік цінностей трансформувався, основні моральні та соціальні орієнтири – вічні [2; 3]. Саме через це у роботі з молоддю найважливіше акцентувати увагу на базових загальнолюдських цінностях. Серед них найактуальнішими нам видаються взаємоповага та доброчинність, тому що вони безпосередньо закликають до дії та спрямовані на якісні зміни суспільства.

Для виконання поставленої мети та завдань у роботі було зібрано та проаналізовано 12 відеороликів української соціальної реклами з *YouTube* каналу *Molodiya Festival*. Його мета – змінювати суспільство за допомогою соціальної реклами. Обрані соціальні відеоролики згруповано за висвітленими в них цінностями (взаємоповага, самоповага, виховання громадянськості, ввічливість, повага до літніх людей, повага до чужої праці, культура поведінки, доброчинність, самовідданість, доброта, любов до ближнього) та проаналізовано їх у розрізі символізації.

З метою простежити сприйняття молоддю соціальної реклами було проведено опитування серед 40 учнів віком 15-17 років ліцею №19 ММР ЗО. На огляд аудиторії запропоновано три ролики соціальної відеореклами. Всі респонденти розпізнали представлений тип реклами, що свідчить про обізнаність сучасної учнівської аудиторії з медіаринком

Висновки. На основі підсумкового аналізу всіх анкет встановлено, що найбільш важливу роль у соціальній рекламі, на думку респондентів, відіграють такі цінності, як: людяність (26%), повага до літніх людей та взаємоповага (25%), небайдужість (19%), сім'я (8%), доброта (7%), взаємопідтримка (6%). Меншою мірою актуалізовані єдність, ввічливість, вдячність та критичність мислення (1%-4%). Такі результати цілком підтверджують наші очікування від проведеного дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. Подласый И. П. Педагогика в 2 т. Учебник для академического бакалавриата / И. П. Подласый. – Москва : Юрайт, 2015. – Том 1. – 789 с.
3. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації. Навчальний посібник / Т. О. Приступенко. – К. : Інститут журналістики, 2004. – 375 с.
4. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга / Е. Ромат. – Харьков : Студцентр, 1995. – 226 с.

Проценко О.О.

аспірантка кафедри соціології

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

СУЧАСНЕ ВОЛОНТЕРСТВО:

ІНДИВІДУАЛЬНІ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛІЗОВАНІ ПРАКТИКИ

В межах соціологічного дискурсу феномен волонтерства найчастіше аналізується з позиції системного, діяльнісного, інституційного та спільнісного підходів. Разом із тим поза увагою дослідників залишається розгляд волонтерства з позицій концепції соціальних практик, що відкриває нові можливості у дослідженні даного соціального явища.

Волонтерству як соціальній практиці притаманні такі характеристики: значущість; стійкість; відтворення; нормативність; масовість; «розкриваючий» характер; фоновий характер. М. А. Шабанова розрізняє інституціоналізовані та неінституціоналізовані практики. «Інституціоналізовані практики відрізняються значущістю і масовістю, або стійкістю і традиційністю. Менш поширені, спорадичні, недостатньо освоєні практики, а також практики, що суперечать нормам, що прийняті у даному суспільстві, представляють периферію суспільного життя та не інкорпоровуються в інститути» [1, с. 19]. Задля дослідження інституційних змін використовується певна схема-ланцюжок, що дозволяє виокремити певні етапи даного процесу: масові дії та взаємодії – неінституціоналізовані

практики – інституціоналізовані практики – комплекс взаємопов'язаних практик – інститут (трансформація інституту)» [1, с. 20].

Розглянемо динаміку розвитку сучасного українського волонтерства, використовуючи дану схему. У кінці 2013 року сплеск волонтерської діяльності носив спонтанний, неорганізований характер та не відрізнявся масовістю. Після подій на Сході волонтерство перестає бути стихійним, діяльність охоплює все більше громадян, актуалізуються нові види волонтерської діяльності, з'являються її нові об'єкти та суб'єкти. Волонтерські практики можна назвати інституціоналізованими через їх масовість та значущий характер. Волонтери мають високий рівень довіри [2], а волонтерство відрізняється великою кількістю громадян, що залучені до нього [3].

Інституціоналізація волонтерських практик в Україні має певні особливості. Волонтерство розвивається за принципом «grassroots» («знизу у гору»), та процес його інституціоналізації в українському суспільстві відбувається за відсутності остаточно сформованої законодавчої бази. Попри існування певних законів, що регулюють функціонування волонтерської діяльності, слід відзначити їхню недосконалість та неефективність. Після подій 2014 року «Закон про волонтерську діяльність» виявив багато перешкод для здійснення волонтерства. Законодавство, що писалось у мирний час, виявилось не спроможним задовольнити потреби волонтерів. Іноземні волонтери та волонтери, що доставляли гуманітарну допомогу та інші товари, стикалися з потребою розмитнення товару, що затримувало одержання цієї допомоги та втрату певних коштів. У законі про волонтерську діяльність були відсутні напрями, що стосуються допомоги Збройним Силам України та внутрішньо переміщеним особам, отже, ті громадяни, що займалися таким видом діяльності не вважалися волонтерами [4]. Згодом, у 2015 році Верховною Радою було ухвалено закон України № 246-VIII «Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності» [5], у якому були враховані ці недоліки. Однак, є ще багато перешкод для здійснення волонтерської діяльності. Наприклад, компенсації через отримання інвалідності, поранень або загибелі можуть отримати тільки волонтери, що надавали волонтерську допомогу в районі проведення антитерористичних операцій, бойових дій та збройних конфліктів. Це означає, що інші види волонтерської діяльності, під час яких людина може отримати ушкодження, не враховуються.

Окремим феноменом волонтерської діяльності є волонтерство серед внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Досвід волонтерства дає їм змогу адаптуватися до труднощів та краще інтегруватися у локальні спільноти. Переселенці залучаються до суспільно-корисної діяльності як у складі певних організацій, так і приватним чином (за індивідуальною ініціативою). На основі проведеного автором дослідження (21 глибинне

напівструктуроване інтерв'ю з ВПО у Харківській області) та вторинного аналізу даних дослідження, проведеного БФ «Карітас» (12 фокус-груп) [6], нами було виділено чотири форми залучення до волонтерської діяльності серед внутрішньо переміщених осіб: самостійне волонтерство; спільноти взаємодопомоги ВПО; залучення до організації, що піклується проблемами ВПО; залучення до інших організацій, ініціатив.

У першій формі залучення до волонтерської діяльності ВПО діють самостійно або беруть участь в окремих проектах та ініціативах, не асоціюючи себе з певною волонтерською організацією. Це можуть бути різні види діяльності – від соціального волонтерства (допомога соціально незахищеним верствам населення) до екологічних акцій та безоплатних туристичних походів.

До другої форми відносяться ті ініціативи та організації, що було створено безпосередньо внутрішньо переміщеними особами. Спочатку вони створюють громадські організації (ГО) та спільноти задля допомоги таким же внутрішньо переміщеним особам з Донбасу та Криму. Такі спільноти взаємодопомоги захищають права своєї громади, розв'язують проблеми з житлом, займаються працевлаштуванням, а також діляться досвідом один з одним. Так, організації «Нова мета» та «Департамент захисту прав внутрішньо переміщених осіб “Європола”» об'єднує те, що майже сто відсотків членів організації є ВПО. Наступним етапом розвитку таких організацій є діяльність, що спрямована на вирішення потреб громади, що їх приймає. Адаптуючись, переселенці прагнуть покращити нове місце свого проживання.

Третя форма волонтерської діяльності виникає у ситуаціях, коли внутрішньо переміщені особи приєднуються до наявних ініціатив та організацій. В основному це ті організації, до яких ВПО зверталися по допомогу або які знаходяться недалеко від місця переїзду людини («Адаптаційно-культурний центр АКЦентр», «Станція “Харків”»).

Четверта форма участі переселенців у волонтерській роботі також виникає тоді, коли ВПО долучаються до конкретної організації, але, на відміну від попередньої форми, мета цих організацій та ініціатив не обмежується допомогою тільки внутрішньо переміщеним особами, а поширюється й на інші верстви та групи населення. Наприклад, такі міжнародні організації як «Карітас Харків», «Молодь Червоного Хреста Харківської області» тощо.

Результати нашого дослідження дозволяють зробити висновок, що волонтерство в Україні знаходиться на третьому етапі інституціоналізації. Також, важливо зазначити, що волонтерство як інституціоналізована практика є частиною інституту громадянського суспільства та має певні особливості розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шабанова М. А. О некоторых преимуществах интеграции экономического и социологического анализа институциональных изменений. Статья 1. Институты, практики, роли [Електронний ресурс]/ Марина Андриановна Шабанова. // Экономическая социология. – 2006. – С. 11–26. Режим доступа: <http://catcut.net/eULz>.
2. Довіра до соціальних інституцій та груп [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=579&page=1>
3. Постмайданна благодійність і волонтерство-2015: результати соцдослідження [Електронний ресурс] // Фонд «Демократические инициативы им. Илька Кучерива». - Режим доступу: <http://www.dif.org.ua/ua/polls/2015a/postmaidannazhennja-.htm>
4. Порошенко підписав закон про волонтерську діяльність [Електронний ресурс] // РБК - Україна. – 2015. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/poroshenko-odobril-zakon-podderzhke-volonterskogo-1427706465.html>.
5. Про внесення змін до деяких законів України щодо волонтерської діяльності [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/246-19>.
6. Долаючи розломи: у пошуку відповідей на виклики інтеграції потерпілих від збройного конфлікту (аналітичні Записки на полях) / За ред. О. Іванкової-Стецюк, Г. Селешука; Карітас України. – Стрий: ТОВ «Видавничий дім «Укрпол»», 2016. – 68с.

Руссу Д.Є.

аспірант кафедри соціології соціологічного факультету

II року навчання

*ДВНЗ «Харківський національний
університет імені В. Н. Каразіна», Україна*

АЛЬТЕРНАТИВНА МОБІЛЬНІСТЬ ТА ФОРМУВАННЯ ДОВІРИ В СУСПІЛЬСТВАХ РИЗИКУ (НА ПРИКЛАДІ АВТОСТОПУ)

Сучасна соціологія приділяє значну увагу дослідженню проблематики ризику й довіри. Багато дослідників – У. Бек, Е. Гідденс, Б. Тернер, Н. Луман, С. Леш – поділяють думку про те, що виникнення суспільства ризику в значній мірі пов'язано з розмиванням традиційних патернів укладу соціальної структури, що веде до ситуації невизначеності та непередбачуваності суспільного життя. Сучасний стан українського суспільства дозволяє охарактеризувати його як ризикогенне; це також підтверджується й результатами багатьох досліджень, що присвячено аналізу рівня довіри до тих чи інших інститутів українського суспільства [1]. Водночас більшість таких досліджень сконцентровано на вивченні довіри на макрорівні, випускаючи з фокусу уваги процеси формування довіри на мікрорівні. Іншими словами вивчається, застосовуючи термінологію Е. Гідденса, довіра до абстрактних систем, в той час як персоніфікована міжособистісна довіра випадає з аналітичного поля. Разом з тим, саме персоніфікована довіра є основою для формування соціальної довіри в цілому [2].

У сучасному світі неможливі дії, що повністю позбавлені ризику. Неможливо також і виникнення абсолютно надійної ситуації, в якій актор не піддавався б якомусь ризику, оскільки ризик – це іманентна властивість постмодерних суспільств.

Свого роду реакцією на ризикогенну соціальну структуру ми можемо назвати довіру, що сприяє відтворенню суспільної інтеграції. Слідом за Ф. Фукуямою, під довірою ми розуміємо, перш за все, очікування акторів з приводу відносної передбачуваності поведінки інших акторів у кожній конкретній ситуації відповідно до деяких загальноприйнятих правил [3, С. 80].

Перш за все, довіра формується як система спонтанних зв'язків, що заснована на випадкових взаємодіях, оскільки усталені форми подібних взаємодій в суспільстві ризику зруйновані. Однак по мірі конституювання соціальних мереж, що ґрунтуються на довірі, або виникнення тих чи інших неформальних інститутів, довіра перетворюється в механізм, що здатний забезпечити певну передбачуваність соціального середовища. Вона стає також й інструментом закріплення когнітивних установок, що націлені на позитивне сприйняття іншого як такого, що заслуговує на довіру. Як результат це сприяє соціальній інтеграції [4].

Ми розглядаємо підстави формування міжособистісної довіри в умовах суспільства ризику через аналіз практик альтернативних просторових мобільностей, зокрема, автостопу – явища, дослідження якого практично відсутні не тільки у вітчизняній соціології, але й у соціогуманітарному знанні взагалі. Автостоп – це безоплатне переміщення на попутному нерейсовому транспорті за згодою водія. Таке переміщення не має територіальних або тимчасових обмежень. Саме довіра є тою базовою підставою, без якої неможлива сама система автостопу.

Системи мобільностей – це комплекс соціальних відносин та матеріальної інфраструктури, що робить певний вид переміщення можливим. Точніше, не просто можливим в принципі, але повторюваним і передбачуваним. Такі системи включають в себе не тільки власне людей та об'єкти, що рухаються, але й різноманітні ідеї, зв'язки та нерухомі об'єкти фізичної інфраструктури, які забезпечують можливість того чи іншого виду переміщення. Будь-які окремі дії чи переміщення можливі лише як такі, що включені в певний комплекс систем мобільностей [5, С.24]. Наприклад, одна з основних домінуючих систем мобільностей – це система туризму, важливою характеристикою якої є її комодифікованість. Будь-які відносини в рамках цієї системи засновані саме на комодифікації туристичних напрямків, культурних зразків і т.д. Автостоп розглядається як альтернативна система саме тому, що її існування базується, перш за все, на довірі як такій. Автостоп у принципі неможливий без персоніфікованої довіри.

Спроможність практик автостоупу виражається в «успішному потраплянні» автостопщика в попутний автомобіль, за тієї умови, що обидва актора абсолютно не знайомі один з одним. Водій надає «чужому» допуск у свій приватний простір. При цьому обидві сторони нічого не знають про мотиви і наміри один одного, що дозволяє говорити про встановлення в цей момент відносин активної довіри. В даному випадку проявлена довіра перевищує відчуття ризику і занепокоєння щодо комунікації з «небезпечним іншим» та пов'язаними із цим ризиками.

Таким чином, автостоп є одним з ідеальних кейсів мікрорівня для занурення осмислення того, наскільки теорії ризику і довіри релевантні реальному сприйняттю людьми вторгнення «іншого» в їх особистий простір. Автостоп відображає ситуацію, в якій актор схильний проявити довіру, а не піддатися відчуттю ризику.

Практики автостоупу демонструють готовність актора зазнати потенційного ризику, що виникає в умовах спонтанної комунікації з «чужим», який потрапив в особистий простір актора. У такій ситуації звичні фрейми сприйняття руйнуються, а хабітуалізовані схеми вибудовування міжособистісної комунікації перестають працювати. Це дає можливість проявити довіру в потенційно ризикованій ситуації, та згодом інкорпорувати цю довіру в свої комунікативні практики, що може посприяти подальшій соціальній інтеграції.

Проблематика дослідження автостоупу містить в собі безліч питань, пошук відповідей на які знаходиться в компетенції соціальних наук: в чому полягає причина відмінності ставлення до автостоупу (і, як наслідок, до ризику) в різних суспільствах? Які механізми сприяють руйнуванню кордонів індивідуалізму та подальшому розвитку соціабельності, що заснована на довірі? Чи можлива інституціоналізація автостоупу задля розвитку міжособистісної довіри в суспільстві? Ці та ряд інших питань відкривають широкі перспективи для соціологічного аналізу практик автостоупу як практик ризику і довіри в різних суспільствах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Довіра громадян України до суспільних інститутів. – [Електронне джерело]. – Режим доступу:http://razumkov.org.ua/uploads/socio/2018_06_press_release_ua.pdf
2. Гидденс Э. Ускользающий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. – М.: Весь Мир, 2004. – С. 37-53.
3. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: издательство АСТ, 2004. – 730 с.
4. Гидденс Э. Последствия современности. – М.: Праксис, 2011. – С. 145-174.
5. Урри Дж. Мобильности. – М.: Праксис, 2012. – 576 с.

ТОРГІВЛЯ ЛЮДЬМИ ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ: ТЕОРЕТИЧНЕ ОСМИСЛЕННЯ ТА ДОСВІД ЕМПІРИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Останнім часом спостерігається стійке зростання інтересу наукової спільноти до проблематики торгівлі людьми. Маємо низку цікавих історичних та культурологічних досліджень проблем рабства і работоргівлі С. Абрамової, А. Валлона, В. Куріцина, І. Левіна, І. Травінського, А. Пашерстніка, кримінальноправові дослідження В. Голіної, Н. Гуторової, В. Іващенко, В. Козака, Я. Лизогуба, А. Орлеана, В. Пясковського та ін.[1]. На сьогодні можна виділити принаймні п'ять підходів до вивчення феномену торгівлі людьми: 1) торгівля людьми як проблема порушення прав людини; 2) торгівля людьми як проблема боротьби зі злочинністю; 3) торгівля людьми як проблема розподілу трудових ресурсів; 4) торгівля людьми у контексті проституції; 5) торгівля людьми у контексті незаконної трансплантації органів[2].

Торгівля людьми як соціальне явище існує з давніх часів і тісно пов'язана з рабством. Класичні моделі рабства, головною ознакою яких було перетворення людини на об'єкт відносин власності, тобто позбавлення її загальноприйнятих людських прав, були притаманні країнам Стародавнього Сходу, давньогрецькому суспільству, державам у період Римської імперії, окремим країнам у часи середньовіччя. На ранніх стадіях суспільного розвитку ставлення до купівлі-продажу людей було звичним, унормованим, вважалося, що чим більшою є кількість рабів у володінні, тим власник майновитіший. Філософи ж або обґрунтовували доцільність рабства (як, наприклад, Аристотель), або сприймали його як факт (Платон, Тома Аквінський), або критикували (Сенека, Монтеск'є).

Торгівля людьми отримала новий імпульс разом із завоюваннями іспанських королів на Піренейському півострові. Християнська культура зразка тогочасної Іспанської держави була агресивною, у ній відновилась інквізиція, фанатична релігійність і презирство до праці на землі та ремесел, як занять, не гідних для християн. Відповідно була потрібна робоча сила, що забезпечить виробництво, – багато маврів і північноафриканців стали рабами.

Епоха Відродження, для якої характерним вважається гуманізм і антропоцентризм, завдяки великим географічним відкриттям дала поштовх новій хвилі рабства. Після відкриття морського шляху до Індії торгівля рабами стала одним із найбільш рентабельних занять – поряд із торгівлею золотом, слоновою кісткою, кавою, коштовним камінням, цінною деревиною, шкірами тощо. Високий зиск від торгівлі людьми призвів до того, що у Великій Британії рабство було скасовано лише у 1807 р.[1].

До моделей класичного рабства тяжіло плантаційне рабство на американському континенті. Якщо у США рабству було покладено край внаслідок Громадянської війни 1861–1865 рр. й втіленню прокламації А. Лінкольна про звільнення усіх рабів, то, наприклад, в Бразилії «золотий закон» остаточно відмінив рабство лише у 1888 році.

Отже, у міру еволюції суспільства підходи до рабства лібералізувались. На кінець XIX ст. усталилось розуміння неможливості існування такої форми використання людей, яка порушує їхнє право на життя, свободу, особисту недоторканність, право вільно пересуватися, обирати місце перебування і проживання.

У сучасному суспільстві вже не існує легальної можливості однієї людини володіти іншою, але як соціальне явище рабство не зникло. Для позначення нового рабства використовується спеціальний термін – «торгівля людьми» або «траффікінг», під яким розуміють здійснювані з метою експлуатації вербування, перевезення, передачу, приховування, купівлю-продаж або одержання людини шляхом погрози силою або її застосування або інших форм примусу, викрадення, шахрайства, обману, зловживання владою або безпорадним станом або шляхом підкупу, у вигляді платежів або вигод, для отримання згоди особи, що контролює іншу особу [3].

К. Бейлз, на основі порівняльного аналізу класичного та нового рабства, вказує низку характерних рис останнього. Так, при рабстві нового зразка володіння одних людей іншими базується виключно на фізичному примусі, отже К.Бейлз пропонує називати цих людей «рабоутримувачі» а не «рабовласники». Якщо рабство старого зразка вимагало оформлення офіційного права власності, ціна на рабів була високою, рабів і господарів пов'язували довгострокові відносини, у зв'язку з чим рабів підтримували у працездатному стані, то для нового рабства євластивим ухилення від оформлення права власності, низька ціна рабів, натомість надзвичайно високим є рівень прибутку, надлишок потенційних рабів, короткострокові відносини, замінюваність рабів, про яких не дбають. Принципова відмінність між названими моделями рабства полягає також в тому, що в минулому рабовласники відкрито демонстрували своїх рабів, пишалися їх числом та здібностями, сучасні ж «рабоутримувачі» намагаються у будь-який спосіб приховати факт рабства через його незаконність. Говорячи про необхідні умови формування системи нового рабства, К. Бейлз вказує також на те, що найуспішніше воно розвивається в умовах крайнього зубожіння населення, коли є люди доступні для закабалення, коли вартість утримання раба нижче вартості найманої робочої сили, коли є попит на товари, вироблені рабською працею за ціною, що робить утримання рабів вигідним [4].

Україна є країною походження, транзиту та призначення у торгівлі людьми. За даними Міжнародної організації з міграції (МОМ), з 1991 року й до сьогодні понад 230 000

українців постраждали від торгівлі людьми, що робить Україну однією з основних країн походження постраждалих від сучасного рабства в Європі[5]. Комплексна програма протидії торгівлі людьми МОМ в Україні розпочала свою роботу в 1998 році, й передбачає зокрема проведення емпіричних досліджень та збір статистичної інформації в означеній сфері. Так, дані МОМ по Україні дозволяють відслідкувати динаміку ситуації з торгівлею людьми в Україні за 18 років. Зокрема, кількість постраждалих осіб; країни призначення торгівлі людьми (серед яких домінує Російська Федерація) та країни транзиту; основні форми експлуатації (сексуальна, трудова, змішана, жебрацтво тощо); види реінтеграційної допомоги, надані постраждалим особам, та результати виконання реінтеграційних планів; заходи Уряду щодо протидії торгівлі людьми (кількість злочинів, що були зареєстровані МВС України, та кількість кримінальних справ з винесенням вироку судами України за ст.149 (раніше ст.124-1 КК України), кількість осіб з офіційним статусом особи, що постраждала від торгівлі людьми (статус запроваджено з 2012 року)).

З 1997 року в напрямі запобігання торгівлі людьми, особливо жінками та дітьми, активно працює Міжнародний жіночий правозахисний центр «Ла Страда-Україна». На замовлення Центру, Українським інститутом соціальних досліджень ім. О.О. Яременка у 2007 році було проведено всеукраїнське репрезентативне опитування щодо ставлення населення України до проблеми торгівлі людьми[6]. На сьогодні є очевидною необхідність проведення повторних опитувань, зважаючи на зростання масштабів проблеми торгівлі людьми, проведення потужних інформаційних і профілактичних кампаній в останні роки та зміни в українському законодавстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бровко І. Соціальні та культурні витоки торгівлі людьми: історична ретроспектива й сучасність. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fmpp_2011_1_14
2. Кушнір О. Підходи до розуміння торгівлі людьми. URL: <http://goal-int.org/pidxodi-yak-do-rozuminnya-torgivli-lyudmi/>
3. Торговля людьми (траффикинг): пособие для преподавателей и студентов. URL: http://publications.iom.int/system/files/pdf/university_manual_humantrafficking_rus.pdf
4. К. Бейлз. Одноразовые люди. Новое рабство в системе глобальной экономики. URL: https://sociologica.hse.ru/data/2011/03/31/1211857723/2_4_5.pdf
5. Протидія торгівлі людьми в Україні: Статистика МОМ станом на 31 грудня 2018 року. URL: <http://www.iom.org.ua/ua/protidiya-torgivli-lyudmi>
6. Ставлення населення України до проблеми торгівлі людьми та організації надання допомоги потерпілим від торгівлі людьми. URL: https://la-strada.org.ua/ucp_mod_library_download_53.html

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 4

Тематичні напрямки: вторинна зайнятість студентської молоді; ціннісні орієнтації сучасної молоді; інтеграція вимушених переселенців у приймаючі громади: соціологічний вимір

Велігоша Т.Ю.

студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*

Горбов В.В.

к.соц.н., доцент кафедри соціології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університеті імені В. Гетьмана»*

ОСОБЛИВОСТІ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ

Дане дослідження працевлаштування молоді є актуальним в наш час, так як саме від молоді залежить соціальний, політичний та економічний стан нашої країни. В умовах ринкової економіки рівень добробуту постає визначальним чинником у забезпеченні переважної частини матеріальних і духовних потреб молоді. Обмеженість спроможності держави безпосередньо розв'язувати значну частину проблем означає перекладання їх тягаря на самих молодих людей. В Україні близько 11 млн. юнаків і дівчат, із них понад 1,5 млн. – студенти вузів I – IV рівнів акредитації [1]. Певна частина їх не має можливості отримувати безоплатну освіту, підвищувати кваліфікацію або перекваліфіковуватися. Через високий рівень безробіття виникають труднощі з отриманням першого робочого місця.

Соціальне становище молоді як однієї з найбільш уразливих категорій населення, з одного боку характеризується наявністю амбіцій, завищених очікувань, пошуком власного шляху і прагненням до самореалізації, а з іншого є показником успішності суспільства, можливості реалізації його потенціалу. Молодь перебуває у складній ситуації, коли в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, збільшення кількості життєвих проблем у представників молодого покоління формується так званий комплекс незадоволеності, зазначає Чернева І.І., Новак Ю.В.[1] Освітній потенціал молоді значною мірою не реалізується через невідповідність між попитом та пропонуванням на ринку праці. Отже, держава має забезпечити право на перше робоче місце навіть за відсутності практичного досвіду у випускників навчальних закладів.

У процесі пошуку роботи безробітна молодь стикається із певними психологічними труднощами. Причиною таких труднощів є відсутність в особи внутрішньої готовності до активних дій, невміння змінити попередні установки, мотивація поведінки в нових

ринкових умовах. Невирішені проблеми працевлаштування молоді призводять до зростання безробіття та зниження рівня життя; поширення пасивних (утриманство), нерегламентованих (тіньова зайнятість) і деструктивних (кримінал) моделей поведінки; спонукають до зовнішніх трудових міграцій; спричиняють психологічні зміни (втрату мотивації до праці, зміну структури ціннісних орієнтацій і падіння престижності легальної зайнятості). Для більш детального вивчення обраної теми, звернемося до вторинного аналізу соціологічного дослідження [Результати опитування Чернівців та Одеса, 13 жовтня 2017 року (Українське Z покоління)]

За даними опитування 45% українців вважають, що не матимуть складнощів з пошуком роботи після закінчення вишу. Водночас опитування засвідчило, що оцінки та рівень освіти мало впливають на шанси знайти бажану роботу – лише 4% респондентів зізналися, що не отримали бажану роботу через погані оцінки. Аналогічний досвід, пов'язаний з браком освітнього ступеня, мали 15% респондентів. Слід зауважити, що більшість українців навчаються добре: 57% опитаних протягом останнього навчального року отримали оцінку «добре», 11% – «відмінно».

Загалом молоді українці вважають, що ключовими для пошуку роботи є спеціальні знання та досвід (так вважають 83% респондентів), майже стільки ж вважають, що важливими є знайомства та зв'язки (79%). Також велике значення молодь надає рівню освіти (76%) та удачі (72%). Суттєво менш важливими, на думку респондентів, є освіта та досвід роботи за кордоном (36%), місце народження (32%) та належність до політичної партії (20%). Серед киян найменше тих, хто вважає, що місце народження має дуже важливе значення для працевлаштування – лише 6%. В інших регіонах України цей показник дорівнює 14% і більше.

При виборі роботи молодь керується передусім економічними міркуваннями. Серед факторів, що їх молоді українці вважають найважливішими при виборі роботи, на першому місці – дохід (96% вважають це важливим); останні місця займають такі чинники, як можливість зробити щось цінне для суспільства (72% вважають це важливим, з них дуже важливим – лише 38%) та робота з людьми (68% вважають це важливим, з них 42% – дуже важливим). Також серед топ-факторів, що впливають на вибір місця роботи – стабільність (94%), можливість досягти певних цілей (84%), кар'єрні можливості (82%) та робота у приємному колективі (82%). Кар'єрні можливості мають найбільше значення для киян (71% молодих мешканців столиці вважають це важливим), у інших регіонах цей показник складає від 41% до 62%.

Дві третини молоді (64%) у віці 18-29 років працює, однак лише 42% мають контракт на повний робочий день. 10% наразі не мають роботи, але шукають її, 19% не мають і не

шукають роботу. В старшій віковій групі (25-29 років) частка непрацевлаштованих менша, серед них: 6% – у пошуку роботи і 12% не працюють і активно не шукають роботу.

Респонденти віком 22-29 років (тобто ті, хто вже повинен був би завершити вищу освіту) повідомили, що отримали свою першу тимчасову роботу в середньому у віці 18 років, а постійну – у 20.

За словами учасників люди, які не шукають роботу і вже не навчаються, живуть за рахунок батьків або партнера: всі вони «просто не хочуть працювати та брати на себе відповідальність».

Держава поки що неспроможна вирішувати всі проблеми самотужки. Тому всім громадським об'єднанням варто працювати над цими питаннями та проблемами і шукати ефективні форми їх вирішення і лише створивши в Україні сприятливе підприємницьке середовище ми вирішимо багато важливих проблем, у тому числі і для розвитку економічної активності молоді, та реалізації свого трудового потенціалу. Отже, основними заходами, які повинні проводитися для зменшення безробіття серед молоді, мають бути агітаційна та просвітницька роботи.

Таким чином, в Україні розв'язати проблеми зайнятості молоді можна тільки шляхом цілеспрямованих систематизованих і скоординованих дій.

Абсолютна більшість молодих українців (72%) задоволені своєю освітою, менше половини (44%) задоволені системою освіти загалом. Така розбіжність спричинюється тим, що надолужити погану якість освіти можна лише через самоосвіту, проходження додаткових тренінгів та курсів, зокрема вже під час роботи. Тому лише третина української молоді вважає, що система освіти в Україні відповідає сучасним умовам ринку праці.

Низька оцінка системи освіти в цілому – це не оцінка знань як таких, а оцінка системи вищої освіти, невідповідної вимогам ринку праці і просякнутої корупцією. Майже 10 років тому було успішно запроваджено ЗНО як спосіб уникнення корупції на етапі вступу до університету, але корупція під час навчання залишається: більше половини молодих українців вважають, що вже під час навчання у ВНЗ існують випадки купівлі оцінок (39% респондентів цілковито і 23% скоріше погоджуються з цією думкою). Ці дані підтвердили й учасники..

Молоді люди вважають, що для отримання роботи необхідні передусім спеціальні знання та навички (83%). Утім, вони водночас не применшують значення зв'язків при працевлаштуванні (79%). Головним критерієм вибору роботи є дохід. Загалом більшість молодих українців задоволені своєю роботою, а кожен п'ятий молодий українець працює на роботі, яка вимагає меншого рівня освіти, аніж він/вона має.

На даний час збільшилась кількість студентів які працюють не по спеціальності, а в якійсь іншій сфері задля того щоб утримати себе, а не для досвіду як цього хотілося б. Це свідчить про те що держава не забезпечує молодь не дає їм надії на працевлаштування після закінчення ВНЗ. Також на даний момент не завжди з допомогою диплому можна влаштуватися на гарну роботу тому що потрібен досвід якого в більшості студентів не має так як вони навчалися всі ці роки, щоб отримати диплом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чернега І. І. Проблеми працевлаштування випускників вищих навчальних закладів / І. І. Чернега, Ю. В. Новак. – С. 10.
2. Казерно К. Українське покоління Z / Катерина Казерно. // Фонд ім. Фрідріха Еберта. – 2017. – С. 140.

Вергейчикова С. В.
Викладач економічних дисциплін І категорії
*Машинобудівний коледж Донбаської
державної машинобудівної академії, Україна*

МОРАЛЬНІ ЦІННОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Молодь є енергійною, рушійною силою, що займає важливе місце у розвитку суспільства. Вивчення її світогляду, визначення її ролі для майбутнього розвитку суспільства, є визначальною проблемою. Необхідно усвідомлювати, що процес засвоєння цінностей, формування ціннісних пріоритетів тривалий. Він розпочинається з моменту народження дитини й триває протягом усього життя.

Цінності виступають фундаментом, основою поведінки будь-якої особистості. Ціннісні орієнтації розглядаються як результат виховання і соціалізації підростаючого покоління. Для об'єктивного опису його трансформацій необхідно здійснювати постійне вивчення, спираючись на результати досліджень можна цілком обґрунтовано робити об'єктивні висновки, прогнози та рекомендації.

Ієрархічний порядок і динаміка ціннісних пріоритетів сучасної української молоді розраховані за результатами соціологічного моніторингу Українського інституту соціальних досліджень імені Олександра Яременка, Українського інституту соціологічних досліджень на підставі даних Державної служби статистики України та проведених опитувань та анкетувань.

Основними пріоритетами в житті для більшості молодих людей є сімейне щастя (63,6%), здоров'я (53,6%) та кар'єра (39,3%); на третє та четверте місце у своїх вподобаннях

молодь ставить можливість бути вільними і незалежними у своїх рішеннях та вчинках, мати можливість реалізувати свій талант і здібності, а також здобуття багатства. Молодь старших вікових груп, більшою мірою є орієнтованою на досягнення сімейного щастя та здоров'я, а молодь молодшого віку – на досягти кар'єрного успіху.

Більше третини (36,7 %) української молоді, за результатами опитування, виявляють своє бажання виїхати зі свого населеного пункту. Серед молоді віком 14–19 років потенційна територіальна мобільність значно вища, ніж серед інших вікових груп молоді. 74,1 % молодих людей зазначили, що хотіли б виїхати зі свого населеного пункту за межі України; бажаними країнами призначень для молоді є країни Європейського Союзу (45,6 %), 21,7 % – бажають переїхати до інших країн світу та 6,8 % – до країн СНД, а до іншої місцевості в Україні виявила бажання переїхати кожна п'ята молода людина (21,7 %), яка б хотіла змінити місце проживання. За результатами дослідження, молоді чоловіки більшою мірою схильні до міжнародної міграції (79 %), ніж молоді жінки (68,5 %) [1]

Молодь і юнацтво піддається впливу таких негативних явищ, як наркоманія, алкоголізм, ризикуючи захворіти на ВІЛ/СНІД тощо, що в свою чергу призводить до правопорушень. За даними Державної служби статистики України кількість виявлених неповнолітніх, які вчинили кримінальні правопорушення становить 4510 у 2017 році та 4218 випадків у 2016 році. Серед них крадіжки у 2017 році 2738 випадків, грабежі 471 випадок, вбивства та умисні тяжкі тілесні пошкодження 73 випадки. Кількість неповнолітніх, засуджених за скоєння злочинів, за видами злочинів у 2017 році складає 3088 осіб. Протягом січня–листопада 2018р. в Україні кількість виявлених осіб, які вчинили злочини, становила 107,6 тис., з них жінки – 13,1 тис., неповнолітні – 3,6 тис. [2]

Тому невід'ємною складовою навчально-виховного процесу є просвітницька робота серед молоді – "Здорова та свідома нація через освіту". Її мета формувати у молодих людей навички здорового способу життя та профілактика правопорушень.

Молодь переймає цінності тих, з ким ближче спілкується: однолітків, батьків, педагогів. Велике значення у формуванні життєвих цінностей студентів, учнів відіграє родина. За даними Держстатистики кількість розлучень у 2017 році зменшилася у порівнянні з 2016 роком і складає 128734 фактів розірвання шлюбу проти 129 997 за 2016 рік. Шлюб зареєстрували 229453 пари у 2016 році, у 2017 – 249522 пари. [3]

Кількість сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування у 2017-му теж найменша за роки проведення підрахунків - 70 240 дітей. Загальна кількість дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, які перебували на первинному обліку у 2016 році - 71234 дитини. Проте зросла кількість справ щодо позбавлення батьківських прав з 9681 у 2016 році до 10260 у 2017 році.[2]

Проблема формування моральних цінностей сучасних молодих людей повинна постійно перебувати в полі зору психологів, психологічної служби школи, навчального закладу, суспільства – і лише тоді проблема збереження психологічного здоров'я особистості успішно реалізується, а молоде покоління обиратиме загальнолюдські цінності.

Тому пріоритетами державної молодіжної політики повинна бути підтримка талановитої молоді, популяризація здорового способу життя, сприяння зайнятості та самозайнятості молоді, забезпечення молоді житлом, розвиток молодіжної інфраструктури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Молодь України – 2018 / Результати соціологічного дослідження[Електронний ресурс]// dsmsu.gov.ua – Режим доступу: http://www.dsmsu.gov.ua/media/2019/01/08/9/Molod_Ykrayini-2018-converted.pdf
2. ЗАХИСТ ДІТЕЙ, ЯКІ ПОТРЕБУЮТЬ ОСОБЛИВОЇ УВАГИ СУСПІЛЬСТВА. Статистичний збірник [Електронний ресурс]// ukrstat.gov.ua– Режим доступу:http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_zdpus_2017.pdf
3. Населення України [Електронний ресурс]// ukrcensus.gov.ua – Режим доступу:http://database.ukrcensus.gov.ua/Mult/Dialog/statfile1_c_files/pasport.files/pasport/00_uk.htm#0306

Вітковська І.М.

викладач кафедри соціології управління та соціальної роботи
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Україна

ВИМУШЕНІ ПЕРЕСЕЛЕНЦІ ЯК ОБ'ЄКТ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Перед українським суспільством постала раніше невідома для нього проблема – поява значної групи вимушених переселенців, які потребували та потребують й нині соціальної допомоги та підтримки. За даними Міністерства соціальної політики, на початок 2018 року кількість вимушених переселенців з Донбасу й анексованого Росією Криму складала близько 1,6 млн осіб [4].

Громадські організації як найчисельніші інституційні одиниці громадянського суспільства, які є об'єднуючою ланкою між населенням, державою та бізнесом у вирішенні гострих соціальних проблем в досить короткий термін відреагувати на цю проблему та активізувати наявні ресурси з тим, щоб таку соціальну допомогу та підтримку надати.

Вітчизняними вченими в контексті своєї проблематики вивчаються різні аспекти діяльності громадських організацій: питання сутності та типологізації громадських організацій (В. Бех, О. Ващук, Л. Войтова, А. Івченко, М. Менджул, Б. Муаз, Л. Усаченко, В. Степаненко та інші); роль громадських організацій у становленні та розвитку

громадянського суспільства (В. Коваленко, А. Лясота, А. Матвійчук, Н. Мороз, О. Пухкал, М. Шевченко, О. Юлдашев та інші). Важливе значення для дослідження проблем функціонування громадських організацій у сфері надання соціальних послуг мають роботи С. Горбунової-Рубан, Ю. Горемикіної, А. Гуріної, С. Матяж, В. Дементова, К. Дубич, Т. Черкашиної та інші.

Враховуючи численність й різноманіття наукових підходів щодо розуміння сутності поняття громадської організації, ми можемо запропонувати наступне визначення. Громадська організація – це добровільне, незалежне, неприбуткове об'єднання громадян, засноване на спільності інтересів її членів, спрямованих на досягнення соціально значущих цілей, захист інтересів та вирішення гострих соціальних проблем суспільства, громад, соціальних груп та індивідів [1, с. 39].

За даними Державної служби статистики, кількість зареєстрованих громадських організацій в Україні з року в рік зростає. У 2011 році в Україні було зареєстровано 55113 громадських організацій, у 2013 році – 61957, у 2014 році – 61090, у 2015 році – 67911, у 2016 році – 70321, у 2017 році – 75988, а станом на 01.01.2018 р. зареєстровано 80500 громадських організацій [2].

Варто зазначити, що з 2014 року статистичні дані щодо динаміки кількості громадських організацій в Україні наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції, тому в 2014-2015 рр. ми спостерігаємо тенденцію до зменшення кількості зареєстрованих організацій. Натомість у 2016-2018 рр. спостерігаємо протилежну тенденцію, пов'язану зі стрімким зростанням їх кількості. Проведений аналіз дозволяє припустити, що збільшення кількості недержавних організацій упродовж останніх років переважно зумовлено поширенням в Україні мережі організацій зорієнтованих, по-перше, на вирішення проблем внутрішньо переміщених осіб з Донбасу й анексованого Росією Криму, по-друге, – на вирішення проблем постраждалих під час проведення АТО військовослужбовців та цивільного населення [5, с. 16].

За останні роки громадськими організаціями реалізовано сотні проектів щодо надання допомоги вимушеним переселенцям та їх сім'ям. Це такі громадські організації як: «Товариство Червоного Хреста України», «Ла Страда-Україна», «Країна вільних людей», «Міжнародне товариство прав людини», «Соціальна гармонія», «Центр правової самоорганізації внутрішньо переміщених осіб», «Вимушено переміщені особи Джерело», «Захист прав та свобод внутрішньо переміщених осіб «Право на життя», «Захист прав переселенців ЄГІДА ВПО», «Департамент захисту прав внутрішньо переміщених осіб України», «Жінки за права внутрішньо переміщених осіб», Всеукраїнське патріотичне

об'єднання «Волонтерський рух України», ВПО «Східний корпус», Всеукраїнське об'єднання вимушено переміщених осіб «Україна – моя сім'я», Центр «Соціальна дія», «Центр допомоги внутрішньо переміщеним особам», «Дім для ВПО Світловодськ», «Центр реалізації програм та проектів підтримки внутрішньо переміщених осіб у місті Одеса» та інші.

Активну підтримку вимушеним переселенцям та їх сім'ям у місті Харкові та області надають такі громадські організації як: Харківська обласна організація Червоного Хреста України, яка за останні роки реалізувала такі соціальні проекти: «Захист життя: підтримка внутрішньо переміщених осіб в Харківській області», «Заморожений конфлікт: підтримка внутрішньо переміщених осіб в Харківській області», «Затяжка криза: підтримка внутрішньо переміщених осіб в Харківській області», Проект «Відкритий простір» та інші, які направлені на надання медико-соціальної та гуманітарної допомоги внутрішньо переміщеним особам в Харківській області; ГО «Харківський обласний гендерний ресурсний центр» якою було реалізовано соціальний проект «ВПО та приймаючі громади: розбудова толерантності через діалог»; ГО «Асоціація багатодітних сімей АММА», яка об'єднує багатодітні сім'ї м. Харкова, сім'ї учасників АТО та ВПО та реалізовує такі проекти, як: «Соціальна адаптація та інтеграція постраждалих під час проведення АТО в громаду м. Харкова», «Соціально-педагогічна та психологічна підтримка сімей», «Центр правової та юридичної підтримки сімей» тощо. Для категорії людей, які опинилися в статусі вимушених переселенців громадська організація «Соціальна служба допомоги», здійснює проект «Допомога вимушеним переселенцям із зони АТО» з метою надання юридичної, соціальної та психологічної допомоги. ГО «Харківська асоціація незрячих юристів» реалізувала проект «Почуй мене» мета якого – надання правової допомоги незрячими юристами внутрішньо переміщеним особам з інвалідністю, а також круглий стіл «Захист прав ВПО з інвалідністю». Український фонд «Благополуччя дітей» наразі реалізовує «Програму підтримки ВПО» та продовжила реалізацію на території Харківської області проекту «Благодійна допомога ВПО та найбільш вразливим родинам, які постраждали внаслідок конфлікту в Україні». Мета цих проектів – дистанційне навчання та консультації з працевлаштування, а соціально-психологічна підтримка та здобуття навичок благополучного життя для дорослих і дітей [3].

Таким чином, вважаємо, що реалізація соціальної роботи з вимушеними переселенцями сприяє вирішенню гострих соціальних проблем цієї категорії та підвищенню якості їх життя відповідно до європейських норм та стандартів; допомагає інтегруватися у приймаючі громади, а також створює позитивний імідж та надійну репутацію громадських організацій для подальшої співпраці з державними органами влади,

бізнес-структурами, міжнародними організаціями, спонсорами та партнерами щодо вирішення проблем вимушених переселенців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вітковська І. М. Громадська організація: теоретичні основи визначення // Габітус. 2018. Вип. 6. С. 36–39.
2. Державна служба статистики України. Офіційний веб-портал. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 29.01.2018).
3. Єдина соціальна мережа міста Харкова. Офіційний веб-портал. URL: <http://esm.kharkov.ua> (дата звернення: 29.01.2018).
4. Міністерство соціальної політики. Офіційний веб-портал. URL: <https://www.msp.gov.ua> (дата звернення: 29.01.2018).
5. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні: аналіт. доповідь / В. М. Яблонський, О. М. Балакірева, Т. В. Бондар та ін.; за заг. ред. О. А. Корнієвського. К. : НІСД, 2017. 56 с.

Zarahulova Anastasia

Student 1 course of ED "Master" faculty of Economics
Priazovsky State Technical University

WORLD CULTURE IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF THE SPIRITUAL POTENTIAL OF FUTURE SPECIALISTS

Spirituality, freedom and responsibility are three important existential determinants of human existence. Spirituality refers to the ability of a person to understand the essence of life on Earth, the ability to self-examination, self-criticism, self-improvement, self-development, growth. Given that a person is a social being, spirituality is a complex condition, a level of development of a person that permits the perception of customs, traditions, culture, maintain and develop them. In the dictionary of a practical psychologist, spirituality is seen as an individual reflection in the system of motives of the personality of two fundamental needs: the individual need of cognition and the social need of life. Spirituality is the most important factor in the development of civilization [1, p.47]. It is not surprising that L.N. Tolstoy considered to be the best of people who live predominantly with their own thoughts and feelings of others, worse – a person selfishly oriented to himself, who submits his judgments not to the truth, but to the benefits. Consequently, the formation of the spiritual needs of the individual is one of the most important tasks of people of all professions, which is associated with the processes of education and the development of social institutions of society.

From the standpoint of modern psychology, the highest level of human resources is spiritual. The nature of the spirit is the will. Ignoring the spirit – one of the reasons, and perhaps even the main reason for the surrender of psychology before the phenomenon of freedom. Referring to L.Vygotsky, the well-known psychologist V. Zinchenko calls for awareness of the content of academic psychology, which is determined not by the depths, but by the vertices of the individual [134]. In his view, the "movement towards them" from below only by the substantive activity or the Freudian "IT", no matter how important their role in human development, is not only infertile, but also dangerous to the development of personality. Such a movement inevitably leads to the appearance of human-machine, artificial intelligence, artificial intelligence. Therefore, "the movement from below must necessarily be supplemented by the" movement from above ", that is, the energy of motion [2, p.70].

Spiritual life begins with cognitive activity and, at the same time, effective, volitional action, which ultimately promotes spiritual practice. When cognitive (mental) psychology learns to take this into account and explore it, it will become just psychology – the science of the soul. According to S. Hesse, to the period of moral ascent into the spiritual life, because of the beliefs and belief in higher Christian moral values of the individual, not all people who live on Earth [3, p.15]. In the modern period of the improvement of the spiritual sphere of Ukrainian society, the problem of the world-view culture of student and student youth becomes of particular acuteness and significance. Spiritual revival is not an end in itself. It must serve the person, his interests, the improvement and spiritual elevation of his life, to be organically associated with self-change, self-improvement. The notion of a world-view culture means the universal attitude and relation of man to the world, a special way of world understanding, which is characterized by a breakthrough beyond the horizons and framework of existing being, for beyond any limitations in any arbitrarily established "taboo". That is precisely what allows a philosophical culture with a certain autonomy to be a unifying, coordinating and general orientation in culture, spiritual life, and human activity. World-view culture – complex, multifaceted, independent, self-worth and therefore cannot be isolated in a separate sphere of human life activities, mental forms of spiritual life activity of the individual and society.

Its essence lies in the fact that it characterizes the orientation of the personality of future specialists to the practical realization of their knowledge, ideals, beliefs, goals and values, in which it is necessary for the transformation of reality. In other words, a world-wide culture of personality is necessary for its self-realization in real practically spiritual activity

The world-wide culture stimulates initiative and independence as much as possible, helps to overcome the person's passivity, apathy of self-sustainability of thinking and action. Therefore, world-view culture as a category of spirituality is considered as an important prerequisite for the

creation of a truly civilized society, moral and cultural elevation of the individual, reproduced the act of spiritual life of man. It provides the spiritual and practical self-identification of the personality of future specialists, acts as the leading orientation function of self-consciousness, which correlates the multidimensional meaning of the integral "I" person with the external (group) aspects of its activities. According to Hegel's words, world-view culture is anxiety, self-reliance and self-integration into a single target [4, p. 608]. A world-view culture can be formed only on the condition of developed self-awareness, of reflection, including value orientation.

Despite the fact that in society a system (hierarchy) of values for a philosophical culture is created, the tendency is directed towards higher, absolutely spiritual values. It is she who provides a breakthrough in the future, going beyond the limits of the established norms and standards and is seen as a form of realization of the spiritual experience of the individual. The peculiarity of the design of this culture lies in the fact that it is connected with the social existence of man, the realization of being and human activity. The status of ideological culture is manifested in a peculiar synthesis of 3 manifestations of intellectual activity: Knowledge, feelings (emotions) and will, and the practice of realizing them in the transformation of reality. That is, this culture mobilizes and concentrates the creative activity of man, internal self-discipline, self-orientating creative possibilities in relation to society, generalizes the history of man and society through the relationship "society spirituality subject."

Only in this status, it is included in the system of motivation of human activity, and the meaning of a particular life occurs when it is enlightened with higher spiritual values[5, p. 132].

From the point of view of professional orientation motives for choosing the future Profession, the creative culture helps future specialists to find meaning in difficult life situations, change their own choice of profession, develop a new attitude to life situations, and fill them with a corresponding meaning. Practically – the spiritual significance of ideological culture consists in the cardinal change in the structure of motivational determinants, values – ideological attitudes of personality to the world. The main purpose of ideological culture is to introduce subjective meaning into culturological activity, to define its own meaning of life in a society with greater freedom of activity. To improve the ideological culture, modernization of the social macro – and micro – environment is necessary, creating the necessary objective and subjective prerequisites for the progressive professional – personal formation of future specialists, harmonization of their value orientations.

LIST OF SOURCES USED

1. Shkonda V.V., Kalyanov A.V. Human potential in the axiological dimension // proceedings of the IAPM. – 2011. – Issue 4 (31) – K.: GP Outstanding house «Staff», 2011. – p. 47-53.

2. Zeer I. Psychology of professions: textbook For University students—M.: Academic portal "Mir", 2005. — p. 70.
3. Noskov V. From self-knowledge to his profession // Psychologist. — 2005. — №1(145) — p. 15.
4. Culturology: textbook for students of higher education institutions—outstanding «Phoenix», 2001.— p. 608 .
5. Stasevich V.P. University of harmony. Monograph — Donetsk: Swan, 2003. — p. 132.

Данюкін Д.Д.
студент III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

МАНІАКАЛЬНІ СХИЛЬНОСТІ ТА ДЕВІАЦІЯ СЕРЕД МОЛОДІ

Девіація в соціальних і поведінкових науках розглядається як "невідповідність наявної норми або набору норм, прийнятих значною частиною людей в групі або суспільстві", а ступінь девіантності визначається ступенем відповідності та (або) невідповідності вчинків соціальним очікуванням. Для розкриття обраної теми, необхідно відзначити, що девіацію (відхилення) можна розглядати поза конкретного нормативного поля. Те, що в одних соціальних системах розглядається як норма, в інших сприймається як відхилення (наприклад, вбивство під час війни і вбивство в мирний час: оцінка одного і того ж вчинку залежно від контексту ситуації). В зв'язку з тим, що соціальна девіація завжди має наслідки, і перш за все в молодіжному середовищі, являють собою предмет найпильнішої уваги вітчизняних і зарубіжних фахівців різних галузей наукового знання, особливо науковцями соціологами. Їх зусиллями проводяться численні дослідження стану, тенденцій, особливостей, форм прояву соціальної девіації, а також різних її наслідків як на загальносвітовому і національному, так і на регіональному рівнях (Э. Дюркгейм А. Коэн, Р. Мертон, Т. Парсонс, Н. Смелзер).

Проблема підліткової девіації має особливу актуальність в зв'язку і з тим, що алкоголь, тютюн і наркотики відтворюють більш згубний вплив на організм підлітків у порівнянні з іншими віковими категоріями населення [3]. Це пояснюється тим, що девіантна поведінка стала асоціюватися з багатьма негативними проявами (вона є уособленням "зла" в релігійному світогляді, симптомом "хвороби" з точки зору медицини, зокрема, психіатрії, і "незаконною", відповідно до правових норм). За час існування терміну "девіація" велика кількість дослідників вже доводило, що девіацію цілком розумно вважати нормальним явищем в соціумі. Такою ж "природною", або "нормальною" формою поведінки, як, наприклад, конформізм, адже це цілком природне явище у суспільстві. Отже

девіація має як негативні, так і позитивні функції. Позитивна функція полягає в тому, що девіація слугує засобом адаптації системи до змін, усунення застарілих стандартів, що гальмують прогресивний розвиток суспільства (прикладом можуть бути різні види творчості, наукові відкриття, героїзм). Негативна ж функція девіації виявляється в тому, що вона дезорганізує систему, руйнує базові основи існування суспільства (прикладом є різні види злочинних дій, наркоманія, алкоголізм, куріння). У суспільстві нерідкі випадки, коли нелегко відрізнити "негативну" девіацію від "позитивної" (особливо це актуально для наукових відкриттів), саме тому при вивченні девіацій в молодіжному середовищі необхідно проводити ретельний аналіз можливих наслідків прояву девіацій для суспільства.

Суттєвий вплив девіації можна побачити під час перетворень суспільних систем. При руйнуванні старих норм, цінностей, та стереотипів через які люди втрачають важливі життєві орієнтири. В такому контексті, соціологія має встановлювати загальні причини тих або інших видів девіації, щоб допомогти суспільству відновити контроль за поведінкою, запобігти розпаду суспільства, нейтралізувати центробіжні тенденції, зазначає Е. Дюркгейм [1]. На мій погляд, доцільним є розгляд психо-фізичної частини даного явища, наприклад маніакальні схильності, які з часом проявляються у певної частини девіантів.

Люди які знаходяться в маніакальному стані відзначаються особливим рівнем активності, схильні до ризику, також це може проявлятися у спонуканні отримання задоволення у вигляді надмірного вживання алкоголю, наркотиків, люди можуть робити необдумані покупки, влізати в борги і кредити, вплутуватися в азартні ігри. Велика частина людей у такому стані також схильні пробувати екстремальні види спорту і не звертати уваги на травми і пошкодження. Більшість з них схильні до залучення нових контактів, активні, діяльні, але не проявляють нестримної ейфорії.

Наслідком таких проявів може бути маніакальна депресія (як один з різновидів маніакальності) вона порушує нормальний хід настроїв і думок, провокує неадекватну поведінку, підриває основи раціонального мислення і досить часто руйнує бажання і волю до життя [2]. Ця хвороба протікає, як психологічний розлад; вона унікальна своєю здатністю захоплювати і приносити задоволення, але при цьому наслідки її приносять нестерпні страждання і нерідко призводять до самогубства.

Девіація може мати прояв у різних психічних відхиленнях. Психічні розлади мають різну природу. До ендогенних, тобто обумовлених внутрішніми факторами конкретного індивіда (спадковість, атрофія людського мозку, старість і ін.), Відносяться шизофренія, маніакально-депресивний психоз, хвороба Паркінсона, епілесія. До екзогенних. Викликані зовнішніми факторами, впливом навколишнього середовища, відносять різні симптоматичні і інтоксикаційні психози, психогенні (психози, викликані психічною

травмою, алкоголем, наркотиками або патологічним розвитком особистості). У великій кількості правопорушень, кримінальних справ головними особами виступають саме люди з психічними проблемами, на мою думку важливо приділяти увагу кримінальній складовій, адже це є одним з наслідків прояву девіації.

Одним з видів девіантної поведінки якраз і є делінквентна (кримінальна) поведінка. Делінквентна поведінка має на увазі дії конкретної особистості, що відхиляються від встановлених в даному суспільстві і в даний час законів, що загрожують іншим людям або соціальному порядку і кримінально караються в крайніх своїх проявах. Така поведінка особистості активно засуджується і карається в будь-якому суспільстві. Важливо те, що протиправна поведінка за своєю суттю означає наявність конфлікту між особистістю і суспільством - між індивідуальними прагненнями і громадськими інтересами. Саме прояв девіації на психічний стан певних індивідів може призводити до негативних змін у суспільстві, який вже має вплив на велику кількість населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dyurkgeim E., Orazdeleni i obshchestvennogo truda [Elektronnyy resurs]. URL: http://www.ckp.ru/biblio/d/dur_labour.htm (data poseshcheniya: 07. 04. 2016).

2. Леонова О. В. Психические расстройства у лиц, совершивших кражи (судебно-психиатрический аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мед. наук : спец. 14.00.18 "Психиатрия" / Леонова Ольга Викторовна. – Москва, 2005. – 24 с.

3. Евдокимова Т. Г. Современные тенденции и особенности девиантного поведения подростков : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соц. наук : спец. 22.00.04 "Социология -- Социологический анализ отклоняющегося поведения. Социальная дезорганизация" / Евдокимова Татьяна Геннадьевна – Уфа, 2009. – 24 с.

Плачковська О.О.

студентка І курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

УПОДОБАННЯ ТА РОЗВИТОК СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Студентська молодь – найперспективніша ланка суспільства, адже відкрита до пізнання світу та вже адаптована до нових умов. Саме у вищих навчальних закладах у студента, як члена соціуму, формується своя життєва, громадянська позиція, характер, політична прихильність та звичайно ж професійні навички. В сучасних умовах викликів

глобалізації проблематика визначення цінностей студентства та перспектив його розвитку набуває особливої актуальності та потребує детального вивчення.

На сьогодні цінності та уподобання студентів є надзвичайно різноманітними, зокрема в контексті отримання додаткового джерел прибутку. В основному, всі студенти, починаючи з другого курсу займаються пошуками додаткового прибутку, оскільки прагнуть незалежності від батьків, самостійності. У студентів з'являються нові уподобання, знайомства та зв'язки, але така собі ініціатива несе загрозу навчанню в університеті загалом. Студенти інколи так захоплюються роботою, що зовсім переносять освіту на задній план, і той студент, який отримує непогані гроші та живе у достатку, не захоче відмовлятися від такої роботи та знову надавати увагу навчанню [1]. Все ж багато студентів за бажанням спроможні поєднувати роботу із навчанням. При цьому, якщо вести мову про напрями отримання додаткових джерел прибутку студентів, то вони також виявляються дуже різноманітними, починаючи від вакансій офіціантів до малих підприємств. Розглянемо найбільш популярні на сьогодні: хостес, офіціанти, касири, помічники менеджерів, продавці, оператори call-центру, водії таксі... Студенти, що вивчають іноземні мови, зазвичай беруть в якості підробітку переклад документів, приватно дають уроки іноземної мови дітям, можуть бути також офіціантами чи працювати на рецепції в готелях, та приймати гостей з інших країн.

При цьому вивчення іноземних мов стає дедалі популярним та престижним у сучасних студентів. Адже роботодавці крупних та іноземних компаній в Україні зацікавлені студентами зі знанням іноземних мов [2]. Вони запрошують на роботу ініціативних студентів, які прагнуть навчитися чомусь новому та отримувати досвід, також проводять безкоштовне навчання, оплачують курси англійської мови, і цьому також є пояснення – студенти молоді, незалежні, швидко вчаться і можуть підняти компанію на ринку праці, адже і зарплата у стажерів невисока. Але гарний роботодавець за таких обставин запропонує більше, ніж просто матеріальний прибуток, він надасть досвід, що також необхідний студенту.

Саме цей досвід стане досить актуальним після закінчення університету, адже той, хто влаштувався на роботу знає – всі роботодавці вимагають досвід роботи в середньому два – три роки [4].

Виникає важливе питання для студентів: звідки взяти досвід роботи у період навчання? Ще не так давно студенти дуже переживали з даного приводу. Та наразі все змінилося, бо університети вже давно не дають направлення на роботу, тому випускники самі мають можливість її знайти. При цьому у пріоритеті серед студентів стосовно поєднання роботи і навчання знаходяться ті компанії, які надають роботу студентам, і

паралельно їх успішно навчають. Адже закінчивши університет, вже може мати два – три роки практичного стажу.

При цьому студенти, які не хочуть працювати під час навчання, мають безліч можливостей для стажування під час літніх та зимових канікул, зокрема й закордоном. Наразі існує багато компаній, які забезпечують оплачуване стажування для студентів на строком від одного до трьох місяців і пропонують відвідати зазвичай такі країни, як Польща, Болгарія, Німеччина, Австрія тощо.

Ще одна з найголовніших уподобань студентів – туризм, адже позиція студентів очевидна: підкоривши нові горизонти, ти відчуваєшся впевненішим в собі. Багато відомих компаній надають широкий спектр послуг, місць, куди можна поїхати. Найбільш популярні, це Німеччина, Франція, Іспанія, Угорщина. Часто студенти скаржаться на неможливість подорожей через значні витрати, і намагаються економити, використовуючи так звані «гарячі» пропозиції які включають в себе абсолютно весь перелік послуг, що надаються і у звичайних пропозиціях, але значно вигідніше.

Як можна констатувати, вітчизняні студенти мають певний інтелектуальний потенціал, цілеспрямованість, практичні навички, що засвідчує попит та зацікавленість на них в межах сучасного ринку праці. При цьому студентам не варто забувати і про навчання, оскільки це все ж залишається їх основною метою і призначенням і тільки старання праця, наполегливість, кмітливість, організованість і бажання поєднувати навчання з трудовою діяльністю допоможе студенту стати справжньою особистістю і досягти успіху.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Гринькевич О. С. Вторинна зайнятість студентської молоді [Електронний ресурс] / О. С. Гринькевич. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvkhdu_en_2016_19%282%29__33.pdf.
2. Деренюга О. Вторинна зайнятість студентської молоді [Електронний ресурс] / Олег Деренюга. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://issuu.com/olegderenuga/docs/vtorinna-zainiatist-20120926>.
3. Качан Г. В. Вплив вторинної зайнятості на професійну освіту студентів [Електронний ресурс] / Г. В. Качан. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nchnpu_018_2013_23_14.pdf.
4. Президент України. Про заходи щодо забезпечення працевлаштування молоді [Електронний ресурс] / Президент України. – 1999. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1285/99>.
5. Борисенко М. Проблема зайнятості студентів на прикладі студентів денного відділення [Електронний ресурс] / М. Борисенко – Режим доступу до ресурсу: http://ua-referat.com/Проблема_зайнятості_студентів_на_прикладі_студентів_денного_відділення.

Чайка В. Г.

студент III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

Горбов В.В.

к.соц.н., доцент кафедри соціології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університеті імені В. Гетьмана»*

ВПЛИВ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР НА СВІДОМІСТЬ

XXI століття – час глобальної комп'ютеризації всіх сфер життя людини. Комп'ютерні технології настільки міцно заснувалися в нашій повсякденності, що ми навіть уявити собі не можемо свого існування без них. І якщо для дорослих людей такий бік модернізованого суспільства може бути ще не настільки звичним та комфортним, то для дітей народжених після 2010 року комп'ютер – це одна із необхідних буденних речей, яка повинна бути в наявності. Разом із використанням новітніх технологій в сфері праці та навчання, з'являється все більше і більше, пов'язаних із ними, способів розваг, які підштовхують людину до необхідності не лише працювати за комп'ютером, а і відпочивати з його допомогою. Вже на сьогоднішній день існує така велика кількість комп'ютерних ігор, що навряд чи хтось зможе їх перелічити. І якщо для дорослої людини, психіка якої вже сформувалася, гра виступає способом відпочинку та релаксації, то як же вона впливає на свідомість дитини, яка лише тільки починає проходити період соціалізації, формуватися фізично та психічно?

За останні кілька років спостерігається значна активізація зарубіжних досліджень (Дж. Гіі, Г.Дженкінс, Р. Маєр, М.Пренскі та ін.), предметом вивчення яких є комп'ютерні ігри. Проблемі використання ігор у навчальному процесі присвячено праці М. Гриньової, М. Лещенко, Н. Сулаєвої, Л. Тимчук. Питання інформатизації шкільного навчання висвітлено у роботах В. Бикова, М. Жалдака, О. Спіріна, О. Овчарук, предметом дослідження В. Гринько стали умови діагностики та протидії комп'ютерній залежності учнів.

Провівши описовий контент-аналіз інтернет-заголовків в яких була присутня приставка слова «залежність» комп'ютерна, інтернет, можна простежити, що особливо часто негативні наслідки розглядаються по відношенню до дітей шкільного віку та підлітків. Є інформація стосовно дослідження впливу ігор дітей 5-7 років. Здебільшого вказані приклади дітей що грають багато, поринають в ігри з головою і як наслідок захоплюються грою більше ніж реальністю.

О. Чекстере в статті «Вплив комп'ютерних ігор на поведінку і взаємини дітей» висуває припущення, що, у більшості випадків, витиснення сюжетно-рольової гри з життя дітей 5-7 років комп'ютерною грою негативно впливає на розвиток їхніх комунікативних навичок. В результаті у дітей можуть виникати складності із встановленням міжособистісних стосунків, з вираженням думок і емоцій. Уміння достатньо точно виражати свої думки, а також розуміти повідомлення інших тісно пов'язане з рівнем розвитку децентрації. Поряд з імпульсивністю й недостатнім розвитком вольової сфери, егоцентризм стає вагомою причиною порушень поведінки. Для того, щоб подолати егоцентризм, необхідні дві умови, вважав Ж. Піаже: перша – усвідомити своє "Я" у якості суб'єкта й відокремити суб'єкт від об'єкта; друга – координувати свою власну точку зору з іншими, а не розглядати її, як єдино можливу.[1]

Проведені серед сучасних підлітків дослідження щодо пасивної можливості бути Інтернет-залежними показують, що з кожним роком відсоток тих, хто потенційно може стати Інтернет-залежним збільшується. Залежна від інтернету людина спілкується набагато менше, час виділений на реальне спілкування з друзями чи родичами зменшується через небажання відриватись від гри навіть на короткий час. Відсутність нормованого харчування (нічні переїдання, постійні перекуси біля комп'ютера та відсутність гарячих страв через небажання відриватись від гри аби приготувати щось) призводять до проблем із шлунком, та погіршення загального фізичного стану. Додаючи до цього списку ще й підвищення рівня агресії. [2]

Слід відмітити що, однією з провідних причин звернення до онлайн ігор було зазначено проблеми зі спілкуванням в реальному житті Сором'язливість, відсутність навичок соціалізації, неможливість знайти знайомих чи друзів за інтересами у власному місці проживання чи певні фізичні вади, що заважають нормальному спілкуванню. За даними дослідження представленого в статті С. Давидова середній вік геймера в Росії 33 роки. [3] А за статистичними даними Entertainment Software Association за 2016 рік слідє, що середній вік геймерів чоловіків 35 років жінок 44 роки. Тож можна з впевненістю стверджувати що комп'ютерні ігри впливають не тільки на дітей та підлітків а й на дорослих

За даними дослідження проведеного (Stieger, Burger, 2010), можна зробити висновок - чим нижче самооцінка дорослого, тим вище залежність від комп'ютерних ігор та Інтернету в цілому. При цьому геймери, у яких було зафіксовано високий рівень залежності від комп'ютерних ігор, вважали що вони не мають даної залежності. Також, був вивчений можливий зв'язок між психологічними особливостями геймерів і типом комп'ютерних ігор яким вони віддають перевагу. Дорослі геймери демонструють одночасно більшу раціональність і більш високу готовність до ризику в порівнянні з представниками інших

вибірок, що, можливо, відображає авантюризм сюжетів комп'ютерних ігор, для досягнення успіху в яких потрібно ризикувати, однак поєднувати це з раціональними формами поведінки. [4]

Заняття комп'ютерними іграми, також може мати позитивний вплив на психічні процеси особистості. Користь від комп'ютерної гри полягає у розвитку уваги, моторики, швидкості реакції, сприйняття, розвитку мислення, уяви, креативності. Комп'ютерні ігри сприяють набуттю спеціальних знань та розвивають когнітивні навички, що входять у загальну структуру діяльності. Ігровий досвід розширює і поліпшує низку умінь і навичок, важливих для навчання, для професійної діяльності та соціальної взаємодії. Віртуальні ігри, в яких моделюються відповідні ситуації, можуть використовуватися для тренування спортсменів, військовослужбовців, хірургів та інших фахівців [5]. Завдяки спілкуванню у онлайн-іграх індивід може побороти власні проблеми з вираженням думок чи емоцій, може натренуватись швидко розбиратись у ситуації та реагувати на неї потрібним чином. При цьому слідством успішного внутрішнього ігрового спілкування можуть стати міцні відносини з іншими гравцями чи з друзями та родичами, яким стало можливим пояснити причину захоплення онлайн-іграми.

Отже, можна з впевненістю сказати що зараз ігрова індустрія стрімко розвивається та створює продукт, що може дати нове відчуття реальності. Це актуалізує важливість контролю за дітьми, (особливо до шкільного віку) тим у що та скільки вони грають. Відеоігри, що містять насильство, пов'язані з більшою терпимістю до насильства, більш низьким рівнем співчуття і більш агресивною поведінкою. Втім, про розвиваючу складову: покращення уваги, концентрації, розвитку мислення, сприйняття та креативності не слід забувати. Зважаючи на всю неоднозначність та багатогранність ігор можна стверджувати, що подальші дослідження теми є досить актуальними і в перспективі можуть відкрити нові соціальні горизонти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чекстере О.Ю. Вплив комп'ютерних ігор на поведінку і взаємини дітей / Оксана Чекстере // Актуальні проблеми психології: Психологічна теорія і технологія навчання/ за ред С.Д.Максименка, М.Л. Смульсон. – К.: Вид-во НПУ імені М.П.Драгоманова, 2009, – Т.8. - Вип.6 - С.290-299.
2. Рябчук А.М/ Спілкування в онлайн-іграх як чинник покращення комунікативних навиків у реальному житті/ Рябчук А.М// Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право: збірник наукових праць, № 4 (20) – 2013
3. С.Г. Давыдов, Т.А. Немудрова/Опыт Сегментирования Российской Аудитории Геймеров/ С.Г. Давыдов, Т.А. Немудрова// Социология Методология Методы И Математическое Моделирование, 2011/ С. 74-81

4 Аветисова А.А. Психологические особенности игроков в компьютерные игры / А.А. Аветисова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2011. – Т. 8. – № 4. – С. 35-58

5. Гордієнко А.В. /Комп'ютерні ігри та їхні позитивні психологічні ефекти / А. В. Гордієнко // Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. - 2017. - Т. 199. - С. 58-62

Черьомухіна О.К.

студентка 2 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології, спеціальність «Соціологія»
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

Молодь – це стратегічний ресурс соціально-економічного розвитку держави в найближчій перспективі. Вона являє собою головну рушійну силу у суспільстві й державі, їх творенні та функціонуванні. За останні роки в Україні відбулися глибокі суспільно-політичні перетворення, що внесли суттєві корективи в життєві орієнтації молоді, її поведінку, соціально-економічне становище тощо.

У вітчизняній соціологічній науці проблеми студентської молоді активно вивчаються і висвітлюються у різних напрямках. Проблеми вищої школи, студентства, формування особистості досліджені у роботах українських соціологів В. Астахової, Є. Головахи, А. Ручки, О. Якуби. Сучасні ціннісні орієнтації студентів описують у своїх роботах Н.Дмитрук, Г.Падалка, Н.Тілікіна [1, 2], Л.Сокур'янська, В. Арбеніна [3] та інші.

З метою дослідження основних тенденцій щодо ціннісних орієнтацій студентської молоді України автором у 2018 році було проведено опитування студентів 1-4 курсів, віком від 17 до 23 років. В рамках дослідження було опитано 143 респонденти, при цьому завдання створити репрезентативну вибірку не ставилося. У дослідженні брали участь студенти ДВНЗ Київського національного економічного університету ім. В.Гетьмана, Київського політехнічного інституту імені І.Сікорського, Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, Київського національного лінгвістичного університету та Національної музичної академії України імені П.І. Чайковського.

За результатами дослідження, найбільше студентська молодь прагне досягти сімейного щастя (77,6%) та зробити кар'єру (73,4%), а найменше влади(7%) та слави(10%). В залежності від статті, чоловіки спочатку хочуть зробити кар'єру (62,5%), жінки ж спочатку хочуть створити сім'ю (82,7%) , вже потім зробити кар'єру (77,3%). Дуже цікавим є аспект, що принести користь своїй державі найбільше хочуть люди від 23 і старше (50%),

мабуть, це пов'язано з свідомою самоідентифікацією та самоприналежністю до держави, в якій проживає молодь.

Студентську молодь найбільше хвилює питання професійної перспективи (50%), що пов'язано із знеціненням вищої освіти та зростанням безробіття, і питання здоров'я (50,3%). В залежності від статті, жінок найбільше хвилює професійна перспектива (55,5%) та здоров'я (49,1%). Чоловіків ж найбільше хвилює матеріальне становище (50,0%) та здоров'я (53,1%). Більшість вважає, щоб мати матеріальний достаток в житті необхідно здобути хорошу освіту й бути фахівцем у своїй галузі (62,9%), мати добре оплачувану посаду або роботу (59,4%), започаткувати власну справу і займатися бізнесом (58%). З ціллю зберегти здоров'я респонденти часто ходять пішки (53,8%), не мають шкідливих звичок (46,9%), намагаються правильно харчуватись (44,1%). Чоловіки найбільше часто ходять пішки (62,5%) та займаються спортом, фітнесом, йогою тощо (56,3%). Жінки також найбільше часто ходять пішки (50,9%) та не мають шкідливих звичок (49,1%).

За даними дослідження, найбільше молодь любить проводити свій вільний час за читанням книг (55,2%) таких як: детективи, психологія, фантастика/фентезі; походами в кіно (46,9%), вилазками на природу (44,8%) та просто прослуховуванням музики (45,5%).

За результатами дослідження щодо мети, яка виникає під час виїзду до будь-якої країни, то найбільше студенти прагнуть подивитися світ і повернутися (39%), трохи менше - виїхати назавжди (28%), ще менше - підвищити свою професійну кваліфікацію (18%) і зовсім мало - швидко заробити капітал і повернутися (9%).

Згідно отриманих результатів дослідження більшість молоді (75,5%) пишається тим, що є громадянином України, п'ята частина (18,2%) – не пишається і (3,5%) стидається свого громадянства. Щодо політичних питань, то судячи з отриманих результатів видно, що у більшості молоді проявляється інтерес дуже рідко до політичного життя (32,2%), або вони стежать за головними подіями в політичному житті, другорядні ж залишаються поза увагою (31,5%). П'ята частина молоді постійно стежить за політичним життям в Україні (17,5%). Десята частина, взагалі, не цікавляться політикою (11,9%).

Підводячи підсумки, бачимо, що основні пріоритети молоді залишаються стабільними, а саме: досягти сімейного щастя, зробити кар'єру та бути здоровими. Цінність праці та професійної зайнятості є також одним з основних пріоритетів у житті сучасної української студентської молоді. Результати соціологічного опитування свідчать про переважання економічних інтересів молоді у сфері трудових відносин, а також про добре виражені інтереси в плані побудови кар'єри. Згідно отриманих результатів дослідження більшість молоді пишається тим, що є громадянином України. Щодо політичних питань, то у більшості молоді дуже рідко проявляється інтерес до політичного життя. Це може

свідчити про недовіру до політиків та низьку самооцінку власної політичної культури («Я нічого в цьому не розумію»). На мою думку, дуже важливо проводити такі дослідження, щоб дізнаватися, що хвилює не тільки студентську молодь, але й інші прошарки населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Молодь України – 2017 / Результати соціологічного дослідження – Тернопіль:ТОВ «Терно-граф», 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya_2017.pdf Назва з екрана.
2. Цінності української молоді 2016 / Результати соціологічного дослідження – проведене Центром незалежних соціологічних досліджень «ОМЕГА», 2016.[Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit__doslidjennya_2016.pdf Назва з екрана.
3. Українське студентство у пошуках ідентичності: монографія / За ред. В. Л. Арбеніної, Л. Г. Сокурянської. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/8756/2.pdf> Назва з екрана.

Шандар І.М.

студентка IV курсу факультету соціально-економічної освіти
НПУ імені М.П. Драгоманова, Україна

ЦІННІСТЬ ОСВІТИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

На сьогоднішній день важливою складовою суспільства є активне, цілеспрямоване, впливове населення. Саме завдяки ньому держава може зазнати позитивних змін в своїй структурі, вирішувати питання місцевого значення, досягти вершин на міжнародному рівні тощо. Одним із представників такого громадянського суспільства є молодь. Жінки та чоловіки віком від 14 до 35 років [1] – не лише наше майбутнє, а й сьогодення.

Молодь є особливою соціально-демографічною групою, яка характеризується певними віковими особливостями, умовами побуту, соціальною поведінкою та ціннісними орієнтаціями. Питання визначення поняття «молодь» неодноразово піднімалось у працях таких видатних науковців як Б.Бондарець, З.Голєнкова, І.Ільїнський, А.Костіна, В.Чупрова та ін.

Ціннісні орієнтації можна розглядати як комплекс духовних і матеріальних потреб. Є. І. Головаха зазначає: «плануючи майбутнє, намічаючи конкретні події – плани і цілі, людина виходить, насамперед, з певної ієрархії цінностей, представленої в її свідомості» [2, с.67].Тому дослідження даної теми було і є актуальним, над яким працювали Н.Єфтені, О.Савчук, О.Макарова, М.Пірента ін.

Свобода, здоров'я, пошук коханої людини, релігійний або духовний розвиток – неповний перелік пріоритетів сучасної молоді. Як показали сучасні дослідження, більшість жінок та чоловіків молодого покоління вважають сімейне щастя основним сенсом життя. Також варто зазначити, що дана статистика прослідковувалася й минулі 4 роки. Надалі важливим компонентами є здоров'я (53,0%), кар'єра (36,6%), незалежність у своїх рішеннях та вчинках (28,2%), багатство (23,5%). Освіта та бажання стати кваліфікованим фахівцем у 2018 році є ціннісною орієнтацією для 19,4% молодого покоління, що в свою чергу збільшилося на 5,2% в порівнянні з 2017 роком. Якщо розглядати вік респондентів, то бажання досягти кар'єрного успіху притаманне наймолодшій категорії опитаних (14–19 років – 31,2%, 20–24 роки – 47 %) [3, с.7].

Аналізуючи гендерний аспект [3, С. 6-7], варто зазначити, що, все ж таки, потреба досягти сімейного щастя є майже абсолютною цінністю для молодих дівчат проти чоловіків (жінки – 72,2%, чоловіки – 48,0 %). В свою чергу чоловіки здебільшого прагнуть мати гарне здоров'я (24,3%), ніж жінки – 10,8%. Чоловікам більше притаманне бажання зробити кар'єру (чоловіки – 11,1%, жінки – 5,6%), бути вільним, незалежним у своїх рішеннях і вчинках (чоловіки – 6,5%, жінки – 3,3 %), а досягти багатства є однаково важливим як для молодих чоловіків, так і для молодих жінок (4,3 % та 4,2% відповідно).

Звернувши увагу на статистичні дані можна стверджувати, що молодь приділила значну увагу професіоналізму. Представники даної категорії, не зважаючи на різноманітні особисті проблеми чи питання, які виникають в суспільстві, бажають стати кваліфікованим працівником. Наразі найпрестижнішими для вибору кар'єри, на думку самої молоді, є такі сфери, як ІТ-сфера (55,7%), юридична (38,7%) і банківської (33,5%) сфери. Наявна гендерна відмінність щодо найпрестижнішої сфери діяльності: чоловіки частіше за жінок обрали ІТ-сферу (59,7% молодих чоловіків проти 51,5% молодих жінок)

Жінки та чоловіки реалізують себе в різноманітних галузях [3, с. 63]. Упродовж останніх 3-х років молодь переважно відвідувала курси водіїв (20,0%), курси іноземних мов (16,2%), галузеві курси підвищення кваліфікації (12,4%), семінари/тренінги, спрямовані на підвищення професійної підготовки (9,4%), семінари-тренінги, зорієнтовані на самовдосконалення особистості (9,3%), курси з ІТ технологій (8,4%). Якщо розглядати гендерний аспект, то серед молодих чоловіків більше тих, хто відвідував курси водіїв (25,1% чоловіків проти 15,1% жінок), а серед молодих жінок – курси іноземних мов (19,0% жінок проти 13,6% чоловіків).

Проте, не завжди наявність освіти свідчить про працевлаштування молоді [4]. Наприклад, кількість зареєстрованих безробітних станом на початок (січень) 2018 року становила 378,9 тис. осіб, співвідношення яких становить 52% і 48% для жінок та чоловіків

відповідно. Проте хоча й під кінець цього ж року (грудень), відбулося значне зменшення незайнятого населення до 341,7 тис. осіб, співзалежність майже не змінилась (54% та 46% для жінок та чоловіків відповідно).

Тому можна стверджувати, що навіть молодь (як жінки, так і чоловіки) з високим рівнем освіти може стикатися з проблемами працевлаштування. Таким чином варто більше уваги приділяти питанням здобуття освіти молодих юнаків та дівчат (зацікавлювати їх різноманітними формами роботи, методами тощо).

Підсумовуючи вище сказане, можна стверджувати, що станом на сьогодні бажання бути кваліфікованим працівником серед молодого покоління значно вище, ніж за попередні роки. Чоловіки та жінки активно приділили увагу навчанню, тим самим підіймаючи цінність освіти серед інших пріоритетів. Хоча й чоловіки реалізують себе в технічних науках, жінки також не відстають в цій сфері. Проте, не зважаючи на бажання молодого покоління займатися самоосвітою, рівень безробіття лишається досить високим. Тому варто заохочувати юнаків і юнок до реалізації себе у тих напрямках, в яких вони здобували освіту, а не просто до отримання документу про наявність певних вмінь та навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 5 лютого 1993 року № 2998-ХІІ – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2998-12/ed19930205>;
2. Головаха Е. И. Жизненная перспектива и профессиональное самоопределение молодежи/ Е. И. Головаха. – К.: Наукова думка, 1988. – 132 с;
3. «Молодь України – 2018». – Результати репрезентативного соціологічного дослідження – Дослідження проведене ТОВ «Перша рейтингова система» на замовлення Міністерства молоді та спорту України. – 2018 р. – 89 с.;
4. Сайт Державної служби статистики України [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

Щепа М.О.

*вихованка гуртка «Соціологія» МАН учнівської молоді
Мелітопольської міської ради Запорізької області*

СТАН ГРОМАДЯНСЬКОЇ АКТИВНОСТІ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ НА ПРИКЛАДІ ДОСЛІДЖЕННЯ У М. МЕЛІТОПОЛЬ

Постановка проблеми. Громадянська активність як суспільне явище завжди цікавило науковців різних напрямків з різних країн, адже вона є явищем динамічним, і щоразу критерії та умови виникнення проявів такої активності різняться в залежності від цілей, часу, місця та країни. В Україні сплески громадянської активності фіксувались

декілька разів, протягом років незалежності. Рушійною силою у тих заходах були представники молодого населення. Саме молодь однією з перших реагує на зміни у суспільно-політичному просторі країни, прояви несправедливості та утиски свої прав. Усі масові громадянські акції, які відбувались в країні призводили до суспільних зрушень, та, навіть, до зміни правлячих еліт (Помаранчева революція 2004, Євромайдан 2013-2014), а на даному етапі, становлення України як європейської держави не можливе без наявного сформованого громадянського суспільства, тому дослідження громадянської активності є актуальним як ніколи.

За останні роки, науковцями фіксується небачений сплеск різноманітних проявів громадянської активності. Сьогоденна реальність показує, що є необхідність в об'єднанні громадян для розбудови демократичного суспільства, подолання суспільно-політичної кризи, і є запит, на залучення до цих процесів населення молодого віку, тому, дослідження громадянської активності є актуальними для науки.

Мета роботи є дослідження стану громадянської активності молодого населення міста Мелітополь, форми вияву та мотиви залучення або ігнорування такої діяльності

Новизна роботи. Автором вперше розглянуті форми прояву громадянської активності, та досліджено фактори, що впливають на мотивацію до такої діяльності. Окремо, автором запропоновані критерії власного позиціонування молоді щодо громадянської діяльності.

Основні матеріали дослідження. Аналіз наукових поглядів на проблему громадянської активності показав, що більшість фахівців визначили поняття громадянської активності як внутрішнє прагнення до діяльності, спрямоване на здійснення соціальних функцій з метою зміцнення існуючого в соціумі суспільно-політичного порядку.[1; 2; 3].

За результатами соціологічного дослідження проведеного Центром незалежних соціологічних досліджень «ОМЕГА» на замовлення Міністерства молоді та спорту України Молодь України – 2017 громадянська активність сучасної молоді більшою мірою реалізована в облаштуванні простору своїх населених пунктів (31,3 %) та організації суспільного життя в своїй спільності (12,2 %). Включення молоді в процеси громадянського контролю за діями органів влади різного рівня є помірним [4].

Автором, у період з 12 по 18 листопада 2018, було проведено соціологічне опитування молоді м. Мелітополь віком від 14 до 35 років, за допомогою онлайн інструментарію *Google-docs*. Всього було опитано 75 респондентів. Посилання на анкету розповсюджувалось за допомоги соціальних мереж. Статеві-віковий розподіл респондентів представлений у таблицях 2.1 та 2.2. Також автором було проведено 2 інтерв'ю з

експертами, які представляють громадський сектор (НУО) та управління у справах молоді Мелітопольської міської ради.

Таблиця 2.1

Стать респондентів, %	
чоловіча	36,8
жіноча	63,2

Таблиця 2.2

Вік респондентів, %	
14-15 років	31,4
16-17 років	30,0
18-19 років	15,7
20-25 років	17,1
25-35 років	5,7

В результаті опитування встановлено, що 71,4% опитаних, з різною періодичністю залучаються до участі у громадському житті міста. Серед частки респондентів, які не беруть участь у громадському житті (таких виявилось 28,6%) вісім з десяти все ж таки мали досвід залучення до такої діяльності.

В анкеті ми заздалегідь передбачили питання, які можуть показати фактори мобілізації молоді до громадянської діяльності. Відповідаючи на питання, що на думку респондентів може сприяти залученню молоді до громадянської діяльності, більшість опитаних (51,2%) вказали на сприяння з боку адміністрації закладу освіти. Наступним за рейтингом фактором сприяння залученню молоді до громадянської діяльності є приклади друзів (48,8%) та громадських активістів (44,2%)

Говорячи про власні стимули, які можуть спонукати до громадянської активності, молодь зазначала бажання змінити щось на краще (75,4%) та бажання допомагати (66,7%).

Висновки. Встановлено, що до громадського життя, так чи інакше долучаються сім з десяти опитаних. Чверть опитаних вказали, що часто беруть участь у громадянській діяльності.

Найпоширеніші форми участі у громадському житті – це участь у заходах, які ініціюють заклади освіти (адміністрація або органи студентського самоврядування). Третина опитаних вказує, що долучається до громадянської діяльності як на рівні освітнього закладу, так і на рівні міста через примус з боку адміністрації навчальної установи.

Четверо з десяти опитаних висловлюють бажання займатися громадянською діяльністю, бо відчують у цьому необхідність, а троє з десяти готові долучитися до такої практики за умови, що будуть не самі (участь за компанію).

Встановлено, що закономірність між бажанням займатися громадянською діяльністю та матеріальним станом полягає в тому, що люди, які мають більш впевнене матеріальне становище (середнє та вище за середнє) більш схильні до громадянської активності, тоді як люди з низьким матеріальним станом – більш схвильовані питаннями виживання, ніж діяльністю, що покращує навколишню дійсність.

Досліджуючи види громадянської діяльності, до яких залучалась молодь за останній рік та їх ставлення до таких ініціатив, ми дізналися, що серед найпоширеніших ініціатив є дії, спрямовані на розвиток локальної інфраструктури; участь у екологічних акціях; допомога армії; захист власних прав чи інтересів.

Шість із десяти опитаних проявляють інтерес до політичного життя (17% від загальної кількості опитаних роблять це часто). Основною причиною, через яку молодь не цікавиться політичним життям в країні є недовіра до політиків.

Загалом молодь демонструє бажання долучатися до громадянської діяльності, проте респонденти не завжди впевнені у своїх силах, та не знають про доступні ініціативи, до яких можна долучитись. Тому, на нашу думку має бути побудована більш ефективна молодіжна політика на рівні «Місто-Громада-Школа», із чітко прописаною стратегією по залученню зацікавленої молоді. Як зазначали наші експерти, робота із молоддю має розпочинатись ще у шкільні роки, у напрямку виховання свідомого громадянина, здатного проявляти свою позицію певними активними діями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безверха Т. В. Державне управління етнонаціональними відносинами в контексті формування української національної ідеї [Текст] : автореф. дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.01 / Т. В. Безверха. – Д. : ДРІДУ, 2008. – 21 с.
2. Головатий М. Ф. Молодіжна політика в Україні: проблеми оновлення М. Ф. Головатий. – К. : Наук. думка, 2005. – 325 с.
3. Карась А. Ф. Розвиток демократії як здійснення громадянського суспільства [Текст] / А. Ф. Карась // Універсум. Журнал політології, футурології, економіки, науки та культури. – Л., 2000. – № 3-4. – С.17–21.
4. Молодь України – 2017 // Результати соціологічного дослідження. – Тернопіль: ТОВ «Терно-граф», 2017. – 72 с.