



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

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ**

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

**НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

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

**Збірник матеріалів
III Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів, аспірантів та
МОЛОДИХ ВЧЕНИХ**

**24 лютого 2021 року
м. Київ**

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

**ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ,
СОЦІОЛОГІЇ ТА ПСИХОЛОГІЇ**

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

**НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

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

*Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної
конференції студентів, аспірантів та молодих вчених*

24 лютого 2021 р.

м. Київ

УДК 316.1

Рекомендовано до друку
Науково-методичною радою КНЕУ Протокол № 6 від 10 березня 2016 р.

T65 Традиції та новації у розвитку сучасної соціологічної науки: дослідження молодих вчених [Електронний ресурс]: зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих вчених (Київ, 24 лютого 2021 р.) – Київ : КНЕУ, 2021 – 242 с.

ISBN 978-617-7565-65-8

У матеріалах III Всеукраїнської науково-практичної конференції представлений науковий доробок молодих вчених щодо пріоритетних напрямів розвитку соціологічної науки у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій (управління, освіта, молодь, культура, економіка, соціальна та медіакомунікації, застосування оціночних технологій в соціологічних дослідженнях, традиції корпоративної соціальної відповідальності в Україні, соціологічний вимір підприємницької діяльності тощо).

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

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено

ISBN 978-617-7565-65-8

© КНЕУ, 2021

ЗМІСТ

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: традиції та новації у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій; соціологічне забезпечення управлінської діяльності; практики соціального діалогу в Україні

Баканичев Денис РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНОЇ ФЕДЕРАЦІЇ.....	11
Бондаренко Вероніка ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ.....	13
Бондаренко Євген ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В АДМІНІСТРАТИВНИХ ОРГАНАХ.....	16
Бурбела Вероніка ВПЛИВ КАРАНТИНУ 2020 РОКУ НА ОСОБИСТЕ ЖИТТЯ.....	19
Волкова Анастасія СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ: ГНОСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ.....	23
Гойсан Вікторія РЕЕМІГРАЦІЯ ЯК ДЕФІНІЦІЯ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ.....	26
Данієлян Ліліт, Черкашина Тетяна ПАНІНА НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА – НАТХНЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНИХ СОЦІОЛОГІВ.....	29
Дейнеко Олександра РЕФОРМА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ЯК КОХЕЗИВНА РЕФОРМА УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: РІЗНОМАНІТТЯ ПРОЯВІВ.....	32
Дем'янчук Владислав КУЛЬТУРНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ.....	35
Костенко Анна ГЕНЕЗИС КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ У СОЦІОГУМАНІТАРНОМУ ДИСКУРСІ.....	38
Кравченко Артем ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ НЕВИЗНАЧЕНОСТЕЙ.....	40
Круть Вікторія СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	42
Лепак Павло ДУХОВНИЙ ІНТЕЛЕКТ: НОВА ПАРАДИГМА СПІЛЬНИХ ДІЙ.....	45

Лукаш Анна СОЦІАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОТИРІЧ.....	48
Movchan Polina, Artemenko Svitlana THE ROLE OF SOCIOLOGICAL SCIENCE IN THE FORMING OF SOCIALLY ORIENTED BUSINESS MODEL.....	50
Недоступ Валерія РОЛЬ ІНСТИТУТУ СОЦІОЛОГІЇ НАН УКРАЇНИ У РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗНАННЯ.....	52
Огірняк Юліанія, Артеменко Світлана СОЦІАЛЬНА МІМІКРІЯ: ЗА І ПРОТИ.....	55
Параскун Олександр НАДАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ ОРГАНАМИ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ.....	57
Полякова Аліна, Горбова Юлія ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ В УКРАЇНІ.....	60
Принцевська Анастасія КВАЛІМЕТРИЧНІ МЕТОДИ В ОЦІНЮВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ РЕКРУТИНГОВИХ АГЕНЦІЙ.....	62
Приходько Тетяна ПОВСЯКДЕННІСТЬ ЯК ПРОСТІР СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН.....	65
Склярєва Ірина СОЦІОЛОГІЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НЕДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	68
Стальмакова Світлана СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ КОЛЕКТИВУ - ОСНОВНИЙ РЕЗЕРВ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ.....	70
Стефанів Олександра ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ КУЛЬТУРИ ТА ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	72
Тарасенко Влада ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ.....	76
Ткаченко Маргарита NEO-RACISM – SKILLFUL FORM OF RACIAL DISCRIMINATION (CASES OF SCANDINAVIAN COUNTRIES)	78
Чайка Віктор, Горбов Владислав ВИДИ ТА ДОСВІД ВІРТУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	82
Шмуратова Катерина ПОЗИТИВНІ НАСЛІДКИ COVID-19 ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....	84

Шпікер Марина	
СУБ'ЄКТИВНИЙ ВИМІР ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ: ВІД ПРАВОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ДО ПРАВОСПРОМОЖНОСТІ.....	87
Яловенко Альона	
ОСВІТА Й СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ.....	91

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: ціннісні орієнтації сучасної молоді

Білокур Наталія	
РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ФІЛОСОФІЇ В ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	93
Бондаренко Анастасія	
ЦІННОСТІ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ В СТРУКТУРІ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ.....	95
Бородай Анжеліка	
ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ...	97
Демидова Олеся	
СІМЕЙНІ ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	99
Дерманська Діана	
ВТОРИННА ЗАЙНЯТІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ.....	101
Довженко Катерина	
КАМЕНІ СПОТИКАННЯ І СПОДІВАННЯ МОЛОДІ У КОНТЕКСТІ СЬОГОДЕННЯ.....	103
Комарницька Анна	
ВПЛИВ ОТОЧУЮЧОГО СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПОЯВУ ЕЛЕМЕНТІВ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ СЕРЕД МОЛОДІ.....	105
Кононенко Тетяна	
ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ.....	107
Кошелап Катерина	
ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ОЧИМА МОЛОДІ.....	110
Огірняк Юліанія	
ВПЛИВ COVID-19 НА АДАПТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПОКОЛІННЯ «Z».....	112
Плачковська Олена	
МІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА.....	114
Plotnikova Olena, Pitiakova Nataliia	
THE MAIN TENDENCIES IN DEVELOPING YOUTH VALUE ORIENTATIONS...	116
Поладянц Поліна	
ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	119
Поліщук Уляна, Любчук Валентина	
ЦІННОСТІ ТА СУЧАСНА МОЛОДЬ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ.....	122

Пренделас Євгенія РІЗНИЦЯ МОРАЛЬНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ МІЖ ХХ ТА ХІ СТОЛІТТЯМ.....	125
Проскурня Маргарита ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ПОКОЛІНЬ ХУZ.....	127
Романюк Софія ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	130
Скворцова Діана ВИВЧЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВСЕСВІТНІХ ІНДИКАТОРІВ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ...	133
Соломянюк Дарина ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА МОЛОДІ.....	136
Співаченко Іванна ВИБІР СТРАТЕГІЇ УСПІХУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ.....	138
Тимців Ангеліна ГІДНІСТЬ ЯК ГОЛОВНИЙ ПРІОРИТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ..	141
Федоренко Дарина СИСТЕМА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	143
Ходаківський Ілля ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ.....	145
Черьомухіна Ольга ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВИХ СТРАТЕГІЙ МОЛОДІ.....	147
Шевела Дана ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	150
Ширяєва Олена ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	153
Шкіль Лілія ЕВОЛЮЦІЯ ЦІННОСТЕЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ.....	155
Ярун Станіслав ЗМІНИ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНЦІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ «СВІТОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ, 2020»)	158

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: вплив соціальних та медіа-комунікацій на життєдіяльність соціуму; оціночні дослідження у соціальній сфері; соціологічний вимір підприємницької діяльності; практики корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Антонюк Ілона МАС-МЕДІА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ДУМОК СУСПІЛЬСТВА.....	162
Бабенко Вероніка ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ.....	163
Базильчук Анна СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ НОВОГО СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	165
Бекетова Анастасія ДУАЛІСТИЧНИЙ ХАРАКТЕР ФЕНОМЕНУ МОДИ: ПОЗИТИВНИЙ ТА НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НА СОЦІУМ.....	168
Баніт Юрій, Ковальчук Галина ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ	171
Береженна Ліна СОЦІАЛІЗАЦІЯ ДИТИНИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В УМОВАХ СІМЕЙНОЇ ОСВІТИ.....	174
Брушко Марина ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В УКРАЇНІ.....	177
Вараниця Діана ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ НА ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІУМУ: ОЦІНОЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМИ В МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ.....	179
Володіна Дар'я ЩО І ЯК КЕРУЄ СОЦІУМОМ У 21 СТОРІЧЧІ?	181
Гречуха Юлія РОЛЬ І МІСЦЕ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ТА ВЛАСНОЇ ПОЗИЦІЇ ЛЮДИНИ.....	182
Гупало Маргарита СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ.....	184
Данієлян Ліліт, Черкашина Тетяна ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК СОЦІАЛЬНА ПЛАТФОРМА.....	185
Денисюк Андрій, Метіль Руслан СТАВЛЕННЯ МОЛОДІ ДО ПОЄДНАННЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОЛОГІЇ.....	187

Довбенко Тетяна СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ МЕДІА ПРОСТОРУ.....	191
Зав'ялова Марія ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЯВИЩ НА РЕКЛАМНУ ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	194
Зуєнков Іван ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID – 19 НА РОБОЧІ ПРОЦЕСИ ПРАЦЕВЛАШТОВАНОГО НАСЕЛЕННЯ КИСВА	197
Каплун Михайло КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ САМОРОЗВИТКУ КОМПАНІЇ.....	200
Красножон Світлана, Піддубний Володимир ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ.....	204
Кундеренко Даниїл ПЕРЕВАГИ ПАРТИСІПАТОРНОГО (УЧАСНИЦЬКОГО) ПІДХОДУ ДО РОЗГОРТАННЯ ВЕБ САЙТІВ.....	207
Леонтенко Ольга ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ.....	210
Марчук Денис «ПРАВО БУТИ ЗАБУТИМ» ЯК СОЦІАЛЬНА ПОЗИЦІЯ.....	212
Параскун Ірина РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ФОРМУВАННІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ТА СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ.....	215
Паскевич Орина КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ - НОВИЙ ІМПУЛЬС ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА УКРАЇНИ.....	218
Пересунько Тетяна, Сердюк Яна СПЕЦИФІКА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СОЦІАЛЬНО- ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ВИМІР.....	220
Plotnikova Olena, Tkachenko Valeria MEDIA EDUCATION AS A PROTECTION TOOL AGAINST THE MEDIA HARMFUL EFFECT ON SOCIETY.....	223
Поляк Наталя КЛЮЧОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛІЗУ АКТУАЛЬНИХ МІЖНАРОДНИХ ДОКУМЕНТІВ.....	226
Серга Тетяна РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЖИТТІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	229

Улановська Анна	
ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА СУСПІЛЬСТВО.....	232
Чумаченко Єлизавета	
ПІДЛІТОК ЯК РЕЦИПІЄНТ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	235
Шуплат Олена	
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ (НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ ДТЕК).....	237

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 1

Тематичні напрямки: традиції та новації у предметному полі спеціальних та галузевих соціологій; соціологічне забезпечення управлінської діяльності; практики соціального діалогу в Україні

Баканичев Денис

аспірант 017 фізична культура і спорт,
Національний університет фізичного виховання та спорту України

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

Вступ. В Україні комунікації в менеджменті загалом та комунікації спортивних організацій зокрема вивчені недостатньо, оскільки дослідження в даній сфері почалися відносно нещодавно.

Спортивні федерації – важливий елемент національного та міжнародного спорту. Вони не лише управляють видами спорту, організують змагання у відповідності з єдиними правилами, але і забезпечують популяризацію, розвиток масовості відповідних спортивних дисциплін.

Діяльність спортивних федерацій має свої особливості, які роблять їх несхожими на організації іншого типу. Крім цього, сфера спорту є специфічною системою, яка регулюється з двох центрів - державного і суспільного, а самі Українські спортивні федерації здійснюють взаємодію з численними зацікавленими сторонами. Перелічені аспекти потребують більш глибокого осмислення з метою розв'язання задачі з формування та управління системою комунікацій даних організацій.

Мета дослідження: Визначити роль комунікацій у діяльності спортивної федерації.

Методи дослідження: Аналіз літературних джерел, анкетування, спостереження.

Результати дослідження та їх обговорення. Аналіз літературних джерел дозволив визначити, що система зовнішніх комунікацій спортивних федерацій та організацій загалом має складну структуру. Комунікаційний менеджмент є одним з інструментів який забезпечує комплексне вивчення і практичну діяльність, спрямовану на досягнення ефективної комунікації як у середині спортивних організацій, так і між організацією та її зовнішнім середовищем. Об'єктами комунікаційного менеджменту є клієнти і споживачі, персонал спортивної організації, інвестори та акціонери, органи влади і структури місцевого самоврядування, комуни.

Система зовнішніх комунікацій спортивних федерацій має складну структуру і спрямована на отримання інформації про зовнішнє середовище, а також на повідомлення споживачам і партнерам про стан справ в організації і формування у них позитивного сприйняття її діяльності.

У виявленому нами зовнішньому середовищі спортивної федерації ми прагнемо виділити ті організації та об'єкти, які будуть корисні для організації, принесуть їй дохід і популярність, або ж, навпаки, небезпечні і від них слід захищатися.

Стратегія спортивної федерації повинна бути спрямована на посилення та створення внутрішніх і зовнішніх компетенцій, а також розвиток своїх динамічних здібностей. На думку провідних фахівців, саме розвиток зовнішніх комунікацій спортивних організацій зробили зі спорту феномен не тільки нашого часу, але і майбутнього.

Дослідження дозволило виявити, що зовнішні комунікації мають істотну кореляцію з діловими комунікаціями всередині колективу спортивної федерації. Організація в практиці сучасного менеджменту являє собою відкриту систему, активно взаємодіє із зовнішнім оточенням. Ефективні організації досягають балансу, як у внутрішньому середовищі, так і у зовнішньому. І досягнення такого балансу досягається за допомогою ефективного управління системою зовнішніх комунікацій в спортивних організаціях.

Дослідження комунікацій у спортивній федерації були проведені на базі федерації з веслування на човнах «Дракон». При визначенні основних комунікаційних каналів у комунікаціях федерації з веслування на човнах «Дракон», було визначено, що спеціалісти федерації у спілкуванні між собою, а також переговорах з іншими організаціями проводять більше половини робочого часу. Було з'ясовано, що більшість працівників федерації відчують високий рівень комунікабельності, що впливає на досягнення спільних цілей.

На думку респондентів, щодо факторів які заважають покращенню зовнішніх комунікацій федерації, відповіді працівників федерації розділилися. Найбільшу кількість відповідей було віддано такому варіанту як недостовірність та пошкодження інформації- 50%, а фактори недостатня кількість інформації, недостатня кількість знань та відсутність довіри мають однакову кількість відповідей – по 20%,

Сучасні засоби комунікації активно використовуються в процесі передачі та отриманні інформації між організаціями. Найбільш використовуваною формою передачі інформації являється мобільний телефон – 60%. Також часто застосовується форма передачі інформації – усне спілкування особисто – 15% та письмове повідомлення – 15%.

Нами було вивчено питання щодо факторів покращення зовнішніх комунікацій між організаціями. Дослідження показало, що більшість респондентів вважають, що дружні відносини (20%) в колективі найбільше впливають на покращення комунікації, також, чітке

виконання завдань – 40% відповідей, чіткі завдання керівника – 20%, та колективні зустрічі та подорожі – 20%.

Висновки. Підсумовуючи наше дослідження, потрібно зазначити, що в федерації з веслування на човнах «Дракон», високий рівень комунікабельності, що й підвищує ефективність співпраці з іншими організаціями і роботу федерації загалом. Що до визначення ролі комунікацій у спортивній федерації ми вважаємо що саме у ній, серед усіх спортивних організацій, комунікації мають свій найбільший прояв, на нашу думку це обумовлено специфікою задач які вирішує федерація.

Бондаренко Вероніка

студентка 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ПРОСТОРУ

Публічний простір є одним з ключових елементів відтворень урбаністичного способу життя і демократичної міської влади. Багаточисельність існуючих методів та ідей щодо проблеми усвідомлення значення міста та соціокультурного підходу до його вивчення піднімає питання про вимогу розглянути походження, етапи та звичаї експериментів щодо соціокультурного розвитку міста [4].

На сьогодні у вітчизняній історіографії соціокультурний підхід здобув вагомої популярності. Але, дуже часто соціокультурний підхід лише проголошується, а експерименти обмежуються кордонами, в кращому випадку, політичної чи соціальної, або ж описової історії, простим використанням посилань та їх більш чи менш успішним тлумаченням.

Важливою сферою розгляду є історичний аспект поняття «публічний простір». В античній Греції демократія порівнюється з містом, адже є спільнотою вільних громадян та простором для їх існування. Публічні простори давньої Греції - місця, в яких поєднувалась торгівля і політика. Основною метою цих просторів були безмежні соціальні кооперування і як результат - підтримка політичної рівноваги та обмін думками, що обмежували доступ чиновникам захопити владу [1]. Також Арістотель порівнює міста-держави із соціумом в

цілому. Філософ одним із перших усвідомив глобальне значення міста як основи формування соціальної структури та фундаменту громадянського, «політичного» життя.

У Середньовіччі були популярні теорії поділу світу на «поцейбічний» та «потойбічний». Варто згадати Августина Блаженного у своїй роботі «Про град Божий», він протиставив «град земний» та «град Божий» як тандем «матеріальне-духовне». «Поцейбічний» та «Потойбічний» світи були представлені через міста. Саме середньовічна філософська думка дала можливість розглянути місто як соціокультурний простір сенсів та ідеалів, а не як територіальне формування [4].

Першу згадку поняття «публічний простір» можна зустріти у роботі філософа Х.Арендт «Vita Activa» 1958 року. Мислителька відрізняла приватний простір від публічного і наголошувала, що публічний простір буде завжди, адже необхідний для людської діяльності. Публічний простір не тільки про перебування сьогодення, а ще й минулого та майбутнього. У публічності є шанс відтворення світу, його історії, адже публічність – відвертість не тільки в теперішньому часі, але і в інших часах [2].

На сьогодні є популярною ідея про три основні моделі публічного простору, а саме: легально-економічний, політичний та соціально-просторовий. Перший підхід утворився як практика юридичної підтримки громадянських прав та свобод у США. «Доктрина публічного форуму» має на меті три режими публічності і керування публічних просторів: традиційний публічний простір, непублічний простір та обмежений публічний простір.

Адже, управляючи законом, суди можуть вимагати у власників приватних просторів, що є відкритими, не заважати реалізовувати мешканцям політичні права, а значить перетворюють їх на публічні. І навпаки, судові рішення можуть виключати громадську активність із публічної сфери .

Економічна частина цього підходу оглядає, які економічні та регуляторні механізми дають дозвіл, з однієї сторони, створювати публічні простори, а з іншої – приватизувати фактичні. Тобто, створення захопливих публічних просторів, за допомогою ландшафтної архітектури та дизайну, а також стимулювання дрібного бізнесу є однією з найпопулярніших в західних країнах стратегій розробників з підвищення орендної плати та нерухомості.

Легально-економічний підхід сильно пов'язаний з політичним. Політичний підхід для інтерпретації публічного простору прогнозує, що публічні простори, перш за все, є просторами представлення та політичної боротьби мешканців за власні права з тими, хто має владу і ,в той же час, реалізовує її в місця.

Щодо соціопросторового, то даний підхід описується свого роду інструментальним поясненням публічного простору. Використання просторів для щоденної суспільної активності абсолютно необхідне для життя як окремих товариств, так і міст у цілому. [3]

Взявши за основу роботи Л. Лофланд можна прийти до висновку, що публічні простори насамперед відкриті для комунікації незнайомих, становлення жителів, анонімного товариства громадян [5]. Для Х. Арендт це поле дій людей, що відбуваються між ними.

Також публічність поєднана зі взаємодією індивідів, яку поділяють спільні системи цінностей. Адже це сигнал того, що вони правильно розуміють вчинки один одного. З іншого боку, публічна сфера є феноменом, тобто в ньому не тільки здійснюються перші кроки, скільки відбувається спілкування, обмін інформацією тощо.

Отже, публічний простір просто необхідний для соціального розвитку. Тут розмовні потоки не можуть регулюватись через сформовані процедури, саме тому публічний простір – це утворення безмежне і гнучке, і міське населення має використовувати його в своїх інтересах. Публічний простір – місце, що єднає людей. Також, для розвитку варто виділити ключові риси. Наприклад, Л. Лофланд ввела певні характеристики, яких варто дотримуватись для вдалого функціонування місця: приємний імідж, соціальність, задоволення від комунікації, публічна відстороненість, різноманітність використання простору, можливість гри, фестивалів для перевтілень [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Севрук О. Публічний простір як об'єкт правового регулювання / О. Севрук // Науковий часопис Національної академії прокуратури України. – 2017. – № 1(13). – С. 163–169 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chasopysnapu.gr.gov.ua/chasopys/ua/pdf/1-2017/sevruk.pdf>
2. Публичность и публичное пространство. Ханна Арендт [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://stanislavnaumov.ru/ch2/p2>
3. Neal Z. Seeking common ground: three perspectives on public space / Z. Neal // Proceedings of the Institution of Civil Engineers. Urban Design and Planning. – 2010. – Issue DP000. – P. 1–8.
4. Лаврік В. А. Генезис теоретичного осмислення соціокультурного простору розвитку міста / В. А. Лаврік. // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2014. – №62. – С. с.188–197.
5. Лофланд Л. А. Лофланд Л.А. Сфера публичности. Нью-Йорк, 1998.- С.40. / Л. А. Лофланд // Сфера публичности / Л. А. Лофланд. – Нью-Йорк, 1998. – С. С.40.

Бондаренко Євген

студент III курсу факультету історії, права,
публічного управління та адміністрування
*Вінницький державний педагогічний університет
імені М. Коцюбинського, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В АДМІНІСТРАТИВНИХ ОРГАНАХ

Реалізацію цілей і завдань організації керівник здійснює шляхом застосування різних методів. Методи управління – це сукупність прийомів і способів дії на керований об'єкт для досягнення поставлених організацією цілей.

У практиці управління, як правило, одночасно застосовують різні методи і їх поєднання. Так або інакше, але всі методи управління органічно доповнюють один одного і знаходяться в постійній динамічній рівновазі.

Основне завдання використання соціально-психологічних методів полягає у створенні всередині відповідної організації, оптимального психологічного клімату, який стимулює ініціативність, впевненість, самодисципліну працівників. Соціально-психологічні методи орієнтовані на розширення шляхів найбільш ефективної мобілізації інтелектуальних та емоційних ресурсів працівників з метою активізації їх трудової активності [1, с. 214].

В останні роки в науковій літературі з'явилася велика кількість досліджень, присвячених використанню соціально-психологічних методів управління персоналом. Ще задовго до початка теоретичних досліджень Маслоу на тему про людські потреби Хоторнський експеримент представив докази того, що необхідно враховувати соціальні взаємовідносини між співробітниками. У Хоторнському дослідженні для вдосконалення організаційної ефективності вперше за весь час були систематично застосовані науки про людську поведінку. Воно продемонструвало той факт, що крім економічних потреб, про які твердили автори більш ранніх праць, у робітників є і соціальні потреби. Організацію стали розглядати як щось більше, ніж логічне впорядкування працівників, що виконують взаємозв'язані завдання.

Головними перевагами соціально-психологічних методів управління є:

- відносна дешевизна застосування, особливо у порівнянні з економічними методами управління;
- працівники бачать, що керівництву небайдуже на своїх підлеглих, і, у відповідь, починають працювати більш ефективно;

– соціально-психологічні методи найкраще підходять для організації злагодженої командної роботи; в той же час як економічні методи можуть викликати надмірну конкуренцію, що в результаті погіршує синергетичну дію цілого колективу.

Соціальні методи управління забезпечують формування і розвиток колективів управління свідомістю і поведінкою людей через фактори їхньої діяльності. Такими факторами є потреби, інтереси, мотиви, ідеали, цілі, нахили тощо. У структурі суспільних відносин виділяють механізм соціальних ролей. Роль – це функція соціальних відносин, яка реалізується особою, організацією в цілому у взаємозв'язку з традиційно складеними чи встановленими зразками й наказами. Професійна роль характеризується змістом, соціальним становищем, престижем, символами [2, с. 186–188].

До соціальних методів відносяться: методи соціального регулювання – це критика і самокритика, соціальне планування, звичаї й традиції, обмін досвідом; методи соціального нормування – це правила внутрішнього розпорядку, статuti громадських організацій, правила службової етики й етикету, кодекси честі, форми дисциплінарного впливу; методи морального стимулювання – це оголошення подяк, нагородження ордерами і медалями, присвоєння почесних звань, надання додаткових соціальних благ [3].

Психологічні методи управління вимагають більшої уваги. Це зумовлюється суб'єктивністю світогляду конкретної особистості. Кожна особистість є унікальною, тому універсальних психологічних методів не існує, і не може існувати. Але це не означає, що неможливо психологічно вплинути на працівника. Об'єктом психологічних методів управління на рівні організації (підприємства) є індивід, а метою – управління психічною діяльністю особистості кожного працівника для раціонального регулювання його поведінки і можливих стосунків у трудовому колективі, створення на цій основі в трудовому колективі оптимального морально-психологічного клімату, який сприяє активізації діяльності працівників.

Психологічні методи управління поділяють на такі основні групи:

- методи формування і розвитку трудового колективу;
- методи гуманізації стосунків у трудовому колективі;
- методи психологічного спонукання (мотивації);
- методи професійного відбору і навчання.

У наш час деякі керівники намагаються використовувати нові методи – методи психологічного впливу. До них відносяться:

- метод переконання;
- метод навіювання;
- метод зараження [4, с. 143–144].

За допомогою психологічних методів у колективі створюється доброзичлива творча обстановка, що сприяє найкращому виконанню працівниками своїх обов'язків та досягнення високих результатів роботи, що сприяє підвищенню ефективності функціонування підприємств. Для того, щоб зрозуміти, які методи психологічного впливу необхідно застосувати, проводять дослідження таких параметрів:

- темперамент;
- характер;
- здібності;
- емоції;
- віра;
- мотиви.

Основними з них є темперамент, характер та мотиви.

Від того наскільки правильно здійснено вибір конкретних соціально-психологічних методів управління і наскільки вони відповідають один одному, залежать результати діяльності колективу і суспільства в досягненні своїх цілей в соціальній сфері, в процесі виховання людини нової суспільної формації, в рішенні нових завдань, поставлених сучасною ситуацією [5, с. 99].

Висновок. Таким чином, сфера застосування соціально- психологічних методів дуже широка. Вона включає регулювання міжгрупових і внутрішньо-групових відносин, управління груповою динамікою, управління окремими явищами і сторонами колективного життя, в якому формується суспільна свідомість, психологічні зв'язки в колективі, сумлінне відношення до праці. Соціально-психологічні методи управління мають стати більш значимими у процесі управління персоналом. Це пояснюється, в першу чергу, тим, що дані методи є відносно дешевими у застосуванні, працівники бачать, що керівництву небайдуже на своїх підлеглих, створюють сприятливий клімат в колективі. Використання даних методів передбачає, в першу, чергу розуміння їх сутності, а по-друге – чітке розуміння цілей, з якими вони використовуються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ruliev B. A., Hutkevych S. O. (2011) *Menedzhment. Navch. posib.* – К.: Tsentri uchbovoi literatury – 312 s.
2. Гончаренко М. Особливості ідентифікації та використання методів управління персоналом організації. *Інноваційна економіка*. 2013. № 2. С. 186–188.
3. Мурашко М. І. Менеджмент персоналу / М. І. Мурашко – К.: Т-во «Знання», КОО, 2002.311с.
4. Костюк О. Інноваційні інструменти управління персоналом. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Економічні науки*. 2013. Вип. 1 (6). С. 143–144.
5. Мельник І. О. Застосування соціально-психологічних методів управління колективом / І. О. Мельник, А. А. Разговорова // *Modern Economics*. – 2019. – № 18. – С. 99.

ВПЛИВ КАРАНТИНУ 2020 РОКУ НА ОСОБИСТЕ ЖИТТЯ

Карантин і самоізоляція стали обов'язковими умовами для збереження здоров'я та життя громадян різних країн, проте вони також значно вплинули на наші життя. 11 березня 2020 р Всесвітня організація охорони здоров'я оголосила, що епідемія вірусу COVID-19, який вперше був ідентифікований в грудні 2019 року в місті Ухань в Китаї, досягла рівня пандемії. Відзначивши «тривогу рівня поширеності і тяжкості», ВООЗ закликала держави вжити невідкладних і рішучих заходів, щоб приборкати поширення коронавірусу. Мільярди людей вимушено ховаються по домівках. Для багатьох це означає втрату доходу, а витрати ніхто не скасовував: рахунки, оренда, голод і кредити не йдуть на карантин. Криза, що насунулась загрожує світу сплеском бідності.

Соціологи факультету психології та соціології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, провели онлайн-опитування на тему «Життя в умовах карантину», щоб дізнатися як змінився побут українців. До ймовірного запровадження після карантину «touchless есоному» (безконтактної економіки зі збереженням масочної системи у місцях скупчення людей і постійної дезінфекції) «позитивно» ставиться 28,3 % респондентів, «швидше позитивно» – 40,7 %, «негативно» – 8,8 %, ще не визначилися з відповіддю на запитання – 15 % [1]. Нові впровадження та зміни потребують часу для адаптації. Нове не завжди одразу стає зручним та звичним, проте є припущення, що теперішні зміни – початок нового типу суспільства.

Ми стали більше цінувати роботу. Люди побачили, що роботу легко втратити, а вона, як виявилося, розбавляє домашній побут. З неї можна піти додому, а з дому повернутися на роботу – і в цьому є гармонія [9]. 12 березня 2020 року в Україні ввели жорсткий карантин, зупинили навіть транспорт. Клієнти засіли по домівках – і частина бізнесу (доставка, стрімінгові сервіси, геймдев) від цього тільки виграли. За оцінками Glovo, український ринок доставки виріс в 2020 році в 6-7 разів [12]. Але частинам бізнесу таких як громадському харчуванню, салонам краси, фітнес-клубах і спортклуби, концертним і квитковим операторам, кінотеатрам, туристичним компаніям, довелося непросто. За даними Poster, березневий карантин скоротив число працюючих кафе і ресторанів вдвічі, а вже в квітні працювало тільки 32% ресторанів, виручка «просіла» на 80%. Збори кінотеатрів

в перший після карантинний місяць впали в 10 разів у порівнянні з 2019 роком. Постраждали концертні агентства, вся туристична індустрія, маркетингові агентства, багато стартапів, яким локдаун ускладнив пошуки інвесторів [13]. Втрата робочих місць, прибутку, скорочення – із карантинном розпочалася неминуха криза. Люди почали виходити на протести, проте як можна покращити ситуацію, коли світові загрожує невідома хвороба. Наслідки карантину та пандемію катастрофічні та ще довго будуть нагадувати про себе.

Ми стали більше цінувати оточення та особистий простір. Експерти в сфері епідеміології радять добровільно практикувати соціальну дистанцію. Це має на увазі навмисне обмежувати контакти з людьми: працювати дистанційно, скасовувати поїздки, зустрічі з друзями і родичами, не ходити в ресторани, бари та магазини, не користуватися громадським транспортом. В ситуації вимушеної ізоляції звичні речі просто перестають працювати. У тих, хто опинився замкнений вдома з близькими, може зростати напруга і дратівливість у відносинах з домашніми. В екстремальній обстановці, коли люди виявляються вимушено замкнені у власних будинках, це призводить до зростання народжуваності. З іншого боку, після того, як сім'ї проводять разом багато часу під замком, росте число розлучень, бо вже наявні конфлікти наростають з ще більшою силою [7].

Результати опитування проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» зафіксували наявність в респондентів ознак депресії, тривожності, паніки, втоми і розладів сну. Порівнюючи результати опитувань двох хвиль (I хвиля – 27-28.03, II хвиля – 3-4.04) помітно незначне зростання тривожності, втоми і безсоння. Рівень депресії та паніки залишилися на тому ж рівні. За допомогою до психологів звертаються вкрай мало: 91% не роблять цього ніколи, 5% - звертаються рідко, 3% - іноді. Лише близько 2% опитаних роблять це часто або постійно [4]. Карантин вплинув негативно як і на робочу сферу, так і на психологічне здоров'я. Постійне перебування у подібних психологічних станах несуть за собою розлади, які важко вилікувати. В такий час актуальними стають соціальні допомоги, як наприклад безкоштовні психологічні консультації Tellme.

Цифрове життя. Zoom, Google Meet, Skype та інші додатки стали шляхом комунікації. Сервіс відеоконференцій Zoom повідомив, що кількість щоденних користувачів за місяць зросла на 50% і зараз становить 300 млн. У березні 2020 року їх було 200 млн, а в грудні 2019 року — всього 10 млн. У Google відзначають, що з січня 2020 року кількість щоденних користувачів додатка Google (Hangout) Meet виросло в 30 разів і зараз складає 100 млн. До того ж в компанії заявили, що кожен день в сервісі реєструються понад 3 млн нових користувачів [13].

Нова реальність: Zara шиє маски і лікарняні халати, а L'Oreal і Mixit випускають антисептики. Якщо раніше обов'язковими атрибутами при виході на вулицю були гаманець

та телефон, зараз без маски нікуди. Та ще й антисептик треба захопити. Раніше люди виділяли себе з натовпу яскравим волоссям чи незвичними аксесуарами, то зараз переш на що звертається увага — яка в тебе маска.

У період з 01.02 по 19.02 2021 року я проводила власне дослідження на базі навчальної практики. Дослідження є пілотажним, тож його результати не репрезентативні, загальна кількість опитаних становить 100 респондентів. За результатами дослідження переважна кількість респондентів (36%) передбачали, що карантин затягнеться. 23% гадали, що скоріш за все цього не станеться і 19% не думали, що карантин затягнеться. Можна припустити, що 36% були готові до тривалого локдауну, а ось 19% зіткнулися із непередбачуваною для них ситуацією. Респонденти, які обрали варіанти «скоріше так», «скоріше ні» припускали можливість затягнення карантину, проте сподівалися, що такого не станеться. Карантинні обмеження постійно порушували 14% респондентів, 59% робили це декілька разів. 25% ніколи не порушували умов карантину. Лише 10% опитуваних постійно користувались «хитрими» способами, щоб обійти обмеження (просили у знайомих дати погуляти з їх собакою; виходили в магазин за продуктами, які вам не потрібні). Проте більшість (60%) ніколи такого не робили. 27% декілька разів вдавалися до «хитрих» способів. Тож можна зробити висновок, що респонденти досить відповідально ставляться до карантинних обмежень.

Один з негативних наслідків карантину – вигоряння. Його на собі відчули 26% респондентів, 15% – скоріше відчули. 37% респондентів не зіткнулися с таким негативним досвідом. Проте вигоряння несе за собою негативні наслідки, які потім впливають на стресостійкість та працездатність. Вигоряння здебільшого на себе відчули жінки - 29,8%. Серед представників протилежної статі було 20,9%. 24,6% жінок скоріше відчули вигоряння, а чоловіків – лише 2,3%. Можна припустити, що останні більш здатні до подолання стресу та більш емоційно стійкі. Значний вплив карантин надав психологічному здоров'ю: 36% респондентів переживали стрес та емоційне виснаження; 34% страждали від безсоння; 7% почали зловживати психотропними речовинами, а 17% почали підвищено вживати алкоголь; 30% відчували апатію; 9% респондентів мали суїцидальні думки, а у 25% були помітні депресивні симптоми. Більшість респондентів все ж надали негативні відповіді, проте карантин вплинув погано на психічне здоров'я певних респондентів, що потім може привести до негативного стану здоров'я.

У 56% респондентів з'явилося більше вільного часу на карантині і вони використовували його з користю. 18% цей вільний час ніяк не використовували. Можна припустити, що це ті опитувані, які відпочивали та висипалися. 26% залишилися навантаженими та в них не збільшилась кількість вільного часу. Цими людьми можуть бути

ті, хто почав працювати з дому та чия сфера зазнала покращень під час карантину та студенти, в яких заняття перейшли до дистанційного формату. Сидячі вдома тривалий час дало змогу зайнятися домашніми справами. 47% респондентів почали частіше робити генеральне прибирання будинку; 50% перебрали гардероб; 53% почали займатися спортом. Найбільш популярними заняттями виявилися перегляд фільмів/серіалів (85%), готування (66%) та відеоігри (58%). Це показники того, що респонденти піклувалися про свій простір, у якому вони замкнені та робили справи, на які, можливо, не завжди вистачало часу.

Вже майже рік ми живемо у такому світі. Карантин безумовно вплинув на усі сфери життя: робота, здоров'я, відносини. Проте дослідження показали, що загалом вплив був позитивний у більшості проявах. Ми перебуваємо у стані адаптування та пошуку нових шляхів покращення ситуації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціологи про життя в умовах карантину [Електронний ресурс] // Волинський національний університет імені Лесі Українки – Режим доступу до ресурсу: <https://vnu.edu.ua/uk/articles/sociologi-pro-zhittya-v-umovah-karantinu>.

2. Настрої українців щодо коронавірусу: результати соціопитувань [Електронний ресурс] // Аналітичний портал «Слово і діло». – 4. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.slovoidilo.ua/2020/04/04/infografika/suspilstvo/nastroyi-ukrayincziv-shhodo-koronavirusu-rezultaty-soczopytuvan>.

3. [Електронний ресурс] // Центр прикладних досліджень. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://cpd.com.ua/ru/>.

4. Психоемоційний стан українців на карантині [Електронний ресурс] // Соціологічна група рейтинг. – 804. – Режим доступу до ресурсу: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/psihoemocionalnoe_sostoyanie_ukraincev_na_karantine.html.

5. Звонить почаще: психологи дали советы самоизолировавшимся [Електронний ресурс] // газета.ru. – 3003. – Режим доступу до ресурсу: https://www.gazeta.ru/science/2020/03/30_a_13028119.shtml.

6. Бортпроводница, гид и туроператор о том, как изменилась их работа [Електронний ресурс] // Wonder. – 27. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/good-question/249431-travel-and-coronavirus>.

7. 14 идей, чем заняться дома — во время карантина или просто так [Електронний ресурс] // Wonder. – 13. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/how-to/249163-home-alone>.

8. Новое одиночество: Как коронавирус меняет наши отношения [Електронний ресурс] // Wonder. – 17. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/249227-social-distancing-in-times-of-coronavirus>.

9. Психолог рассказал, как COVID-19 изменил мысли и сознание людей [Електронний ресурс] // "Российская газета". – 1207. – Режим доступу до ресурсу: <https://rg.ru/2020/07/12/reg-urfo/psiholog-rasskazal-kak-covid-19-izmenil-mysli-i-soznanie-liudej.html>.

10. Как меняется наша повседневность: новый быт, потребление и лидерство [Електронний ресурс] // РБК. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://trends.rbc.ru/trends/social/5eac0d9c9a794753f63e828f>.

11. Итоги удаленки: как карантин повлиял на продуктивность в цифрах [Електронний ресурс] // ain. – 22. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2020/05/22/itogi-udalenki-kak-karantin-povliyal-na-produktivnost-v-cifrax/>.

12. Підсумки-2020. Як в пандемію розвивалися служби доставки [Електронний ресурс] // ELnews. – 14. – Режим доступу до ресурсу: <https://bit.ly/3bg03m2>.

13. Як Zoom став головним засобом спілкування епохи пандемії [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 18. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3012862-ak-zoom-stav-golovnim-zasobom-spilkuvanna-epohi-pandemii.html>.

Волкова Анастасія

студентка IV курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

СОЦІАЛЬНИЙ КАПІТАЛ: ГНОСЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Ефективне функціонування сучасного суспільства сьогодні все частіше пов'язується з такими поняттями як «довіра», «культура», «соціальні мережі», «добровільні асоціації», «людський капітал», що узагальнюється поняттям «соціальний капітал». У соціогуманітарному дискурсі досі не має чітко визначеного сприйняття поняття «соціальний капітал». Так, існує точка зору, що соціальний капітал - це вигоди, отримані від комунікабельності. Соціальний капітал можна описати найпростіше як аспекти соціального контексту («соціальний» біт), що має продуктивні вигоди (біт «капіталу»). Він включає запас солідарності чи доброї волі між людьми та групами людей. Приказка: "це не тільки те, що ти знаєш, а хто тебе знає" стосується потужних наслідків, які може мати соціальний капітал, і є простим способом зрозуміти цю концепцію в контексті того, як вона впливає на наше повсякденне життя. З іншої точки зору, соціальний капітал - це академічна концепція, яка застосовується до дуже широкого кола явищ у соціальних науках протягом останніх кількох десятиліть.

До соціального капіталу підходили з різних точок зору та різних дисциплін, що призвело до величезного різноманіття визначень та концептуалізацій. Узагальнення наукових надбань щодо вивчення соціального капіталу дозволяє виділити декілька підходів до його визначення: 1) соціальний капітал як соціальні мережі та зв'язки між індивідами на основі взаємності та довіри (П. Бурдье [1]; Р. Берг [2]); 2) як підтримувані суспільством неформальні норми та цінності (Ф. Фукуяма [3]); 3) як ресурс, який підвищує суспільну

ефективність (В. Радаєв [4]); 4) як здатність спільнот до колективних дій задля досягнення спільної мети (Р. Патнем [5]; Дж. Коулман [6]).

На нашу думку, спільним для більшості визначень соціального капіталу є те, що вони зосереджуються на соціальних структурах, що мають продуктивні вигоди. Визначення, як правило, мають деяку комбінацію рольового або заснованого на правилах (структурного) та розумового або ставлення (когнітивного) походження.

Проте, у різних теоретичних підходах існують відмінності щодо концептуалізації соціального капіталу на різних рівнях аналізу. На рівні *особистості* соціальний капітал має тенденцію зосереджуватися на соціальних мережах та характеристиках цих відносин. На рівні *групи або організації*, як правило, також зосереджується на соціальних нормах та соціальних структурах, таких як ролі та правила. На рівні *громади чи суспільства* акцент робиться, як правило, на довірі, надійності, громадянських нормах, членстві в асоціаціях та волонтерській діяльності.

Одним з головних завдань дослідження соціального капіталу є можливість щодо його оцінки. На думку М. Грейб, велика частина того, що пов'язано з соціальним капіталом, існує у неявній або відносній формі, а це відразу ж позбавляє дослідників можливості простого вимірювання. Спроби визначити ключові характеристики того, як люди взаємодіють і ставляться один до одного, наштовхуються на брак методів і показників для оцінки цього явища, а також достовірних джерел даних [7]. Один з підходів до оцінки соціального капіталу ґрунтується на вимірюванні соціальних дисфункцій або відсутності соціальної кооперації. Замість вимірювання соціального капіталу як позитивного явища, ймовірно, легше виміряти його відсутність або дефіцит через традиційні вимірювання порушень в функціонування суспільства - рівень злочинності і наркоманії, кількість судових розглядів, самогубств, сімей, що розпалися, випадків ухилення від сплати податків і т. п. [8]. У міжнародній практиці широке розповсюдження отримали такі показники, як індекс сприйняття корупції, індекс державного управління та індекс економічної свободи. У соціологічних дослідженнях вітчизняних вчених використовуються такі показники соціального капіталу, як рівень соціальної напруженості, індекс анемічної деморалізованості, індекс цинізму і індекс національного дистанціювання [9]. Таким чином, кожен з означених показників відображає певні аспекти соціального капіталу, але не дає комплексного уявлення про нього.

Ми розуміємо соціальний капітал як ресурс соціальних зв'язків, у який можна інвестувати та який можна трансформувати у інші блага. На інституціональному рівні соціальний капітал формується як продукт соціальних взаємодій, що здатний стимулювати довіру, впливати на формування цінностей та норм і консолідувати суспільство.

На нашу думку, найбільший аналітичний потенціал для оцінки соціального капіталу має показник довіри між різними соціальними суб'єктами. В сучасних соціальних науках поняття "довіра" є багатозначним в силу різних смислів, які дослідники йому приписують. Під «довірою» доцільно розуміти очікування конкретних дій від людини, групи людей і організацій, готовність дотримуватися норм (в тому числі моральних, прийнятих в суспільстві) і звичаїв, виконувати посадові обов'язки і закони. У такому розрізі, соціальний капітал є суспільним благом, але створюється вільним і раціональним індивідом для досягнення власної вигоди. Формування соціального капіталу проявляється в зростанні соціальної взаємодії у суспільстві та зумовлено взаємодією двох складових: людського капіталу та інституційного середовища. Цей процес передбачає соціальний контракт, набір соціальних норм, соціальних обмінів і, отже, деякий базовий рівень довіри.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Формы капитала. П. Бурдье // Экономическая социология. – 2002. – № 5. – С. 60–75.
2. Burt R. 2001. The Social Capital of structural holes // Guillen M.F., Collins R., England P., Meyer M. (eds.). *New Directions in Economic Sociology*. N.Y.: Russel Sage Foundation: 201 – 246
3. Fukuyama F. Social capital and the global economy / Francis Fukuyama // *Foreign Affairs*. – 1995. – № 74. – P. 52–58.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>
4. В. Радаев Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Эконом. социология. – 2002. – Т. 3. – №4. –Putnam R.D. (1995) *Bowling alone: America's declining social capital* // *The Journal of Democracy*. Vol. 6. No. 1. P. 65–78.
5. . Putnam R.D. (1995) *Bowling alone: America's declining social capital* // *The Journal of Democracy*. Vol. 6. No. 1. P. 65–78.
6. Капитал социальный и человеческий. Дж.Коулман. // *Общественные науки и современность*. –2001. – № 3. – С. 122 –139.
7. Грейб М. М. Соціальний та людський капітал як фактори достатку і розвитку. М., 2003, с. 51-52.
8. Норт Д. К. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики - *Institutions, Institutional Change and Economic Performance* (1990) – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с. – ISBN 5-88581-006-0.
9. Паніна Н. Соціологічний моніторинг. Українське суспільство 1994-2005: рік перелому. К., 2005, с. 6-7.

Гойсан Вікторія

аспірантка кафедри соціології історичного факультету
Львівський національний університет ім. Івана Франка,
молодша наукова співробітниця
Міжнародного інституту освіти, культури та зв'язків з діаспорою
НУ «Львівська політехніка», Україна

РЕЕМІГРАЦІЯ ЯК ДЕФІНІЦІЯ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

Попри широке зацікавлення міграційною тематикою, питання рееміграції є малодослідженим, а наявні погляди щодо цього явища є дещо дискусійними. Як між вітчизняними, так і між закордонними дослідниками прослідковуємо проблему неузгодженості поняття, а, отже, є необхідність його концептуалізації.

Сучасний науковий дискурс із цієї проблематики зазвичай зводиться до двох основних варіантів трактування терміна «рееміграція»:

- 1) повернення мігрантів на батьківщину;
- 2) подальша міграція за кордон після повернення в рідну країну.

Українські вчені здебільшого розуміють під цим феноменом переміщення мігрантів у країну походження. Так, на думку дослідниці Р. Рісної, рееміграція – це процес добровільного (або і примусового) просторового руху населення, що передбачає повернення особи-емігранта (групи осіб) у місце походження чи попереднього проживання з перетином державного кордону [1, с. 53]. На переконання економіста М. Романюка, сутність цього явища також полягає в поверненні колишніх емігрантів на історичну батьківщину, а також трудових мігрантів, які тривалий період працюють за кордоном [2, с. 25]. Схожої думки дотримується А. Смалійчук, яка стверджує, що рееміграція – процес повернення в країну населення, яке раніше емігрувало з різних причин в інші країни [3, с. 389].

Аналогічну ситуацію спостерігаємо в працях польських (наприклад, М. Кухарек, Б. Рожновські, К. Марковські, З. Кавчинська-Бутрим, Д. Брик [4], К. Слани [5], А. Саксон [6]) і російських дослідників (Т. Юдіна [7], Л. Рибаківський [8], А. Осіна [9]).

Утім, Міжнародна організація з міграції трактує «рееміграцію» (re-emigration) як рух особи, яка після повернення до країни свого походження, знову емігрує [10, с. 170]. Натомість для позначення самого повернення використовує поняття «зворотна міграція» (return migration). У контексті міжнародної міграції вона означає рух особи, яка повертається в країну свого походження після виїзду з місця свого звичного проживання, перетнувши міжнародний кордон [10, с. 186].

Питання термінологічної неузгодженості ще у 70-і рр. XX ст. підняв нідерландський культурний антрополог Ф. Бовенкерк. У рамках дослідження зворотної міграції науковець зауважив, що це явище часто позначають найрізноманітнішими термінами, серед яких є також рееміграція. Саме поняття він трактує як еміграцію до тієї самої країни після того, як емігрант повернувся вперше в країну свого походження [11, с. 4–5]. Інший дослідник міграції – Дж. Гмелч зазначає, що рееміграція є схожою зі зворотною міграцією, однак їх необхідно таки розмежовувати. Адже зворотна міграція – це рух емігрантів назад до їхньої батьківщини задля переселення, натомість рееміграція стосується людей, які повертаються в країну походження, а потім мігрують вдруге. Також науковець окремо виділяє циркулярну міграцію (circular migration) – часте переміщення між двома або більше місцями, наприклад, у разі сезонної міграції робочої сили. [12, с. 136]. У контексті теорії транснаціоналізму мексиканські дослідники (А. Мендоса, Х. Лара, Х. Васкес) також дають визначення рееміграції. На їхню думку, – це процес, побудований людьми, які повертаються до місць свого походження й потім їдуть до того самого чи іншого пункту призначення у зв'язку із соціально-економічними чи культурними причинами, не визначаючи цей процес у часі і просторі, який має початок і не має кінця, базується на мережах у транснаціональних рамках в обох напрямках – умовного місця походження та призначення [13, с. 98].

На наше переконання, причиною термінологічної неузгодженості між різними дослідниками, ймовірно, слугує латинський префікс «ре», який має два значення – «знову» й «назад» (14, с. 84). Однак вважаємо, що для наукового дискурсу необхідно узгодити понятійно-категоріальний апарат та чітко окреслити визначення. Ми пропонуємо вважати рееміграцією подальшу міграцію особи після повернення на батьківщину, натомість рух мігранта у країну походження – зворотною міграцією. Покращення можливостей мобільності населення та інтенсифікація міграційних процесів спричинюють виникнення нових феноменів, пов'язаних із ними в суспільстві, а отже важливо вивчати установки та наміри повторно мігрувати з однієї країни в іншу, (ре)інтеграцію, а також вплив цих процесів на суспільство.

Отож, огляд наукових праць вказує на необхідність не тільки розмежувати рееміграцію із суміжними термінами (зокрема такими, як зворотна міграція, циркулярна міграція тощо), але й доповнити її трактування. Проаналізувавши визначення цього феномену в науковій літературі, можемо зробити висновок про розмиті межі його інтерпретації, які дещо суперечать одне одному. Вважаємо, що важливим завданням мусить бути окреслення основних критеріїв, за якими те чи інше просторове переміщення можна вважати рееміграцією (*Таблиця 1*).

Основні виміри для формування дефініції рееміграції

Критерій	Дослідницькі питання
Тривалість перебування в країні призначення	Скільки часу повинен перебувати мігрант за кордоном перед тим, як повернутися в рідну країну?
Тривалість перебування в країні походження після повернення з-за кордону	Скільки часу повинен перебувати мігрант у рідній країні після того, як туди повернувся і вирішив знову емігрувати?
Країна призначення	Чи вважається рееміграцією рух в одну й ту саму країну після того, як особа повернулася на батьківщину, чи може бути міграція в третю країну?
Повторюваність руху	Наскільки часто може відбуватися рух мігранта з країни походження в країну призначення й навпаки, щоби вважати особу реемігрантом, а не циркулярним мігрантом?
Сприйняття терміну перебування в країні призначення і країні походження	Реемігранти розглядають свою міграцію як постійну чи тимчасову?

Джерело: авторська розробка

Відтак, можемо стверджувати, що феномен рееміграції вимагає до себе більшої уваги, як у плані уточнення понятійно-категоріального апарату, так і в плані формування теоретико-методологічних засад щодо детальнішого дослідження. Вивчення різних його аспектів допомогло би не тільки заповнити теоретичну прогалину, але і краще зрозуміти природу цього явища задля прогнозування міграційної поведінки населення, що могло би стати основою для прийняття ефективних управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рісна Р. Р. Трудова рееміграція в системі забезпечення соціально-економічного розвитку регіону : дис. канд. ек. наук : 08.00.07 / Рісна Роксолана Романівна – Львів, 2016. – 256 с.
2. Романюк М. Д. Закордонна трудова міграція та рееміграція в контексті національної безпеки України / М. Д. Романюк. // Регіональна економіка. – 2016. – №4. – С. 22–30.
3. Смалійчук А. В. Вплив рееміграції на інноваційний розвиток України / А. В. Смалійчук. // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2014. – №2. – С. 387–391
4. Reemigracja kobiet z województwa lubelskiego – Lublin: (Red. K. Markowski), 2010. – 174 s.
5. Slany K. Reemigracje w perspektywie historycznej i demografii cznosocjologicznej (od 1918 do 1989 roku) / Slany // Poakcesyjne migracje powrotne Polaków: geneza, przyczyny i konsekwencje. Biuletyn RPO – Materiały / Slany. – Warszawa: Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich, 2010. – S. 46–75.

6. Sakson A. Migracje – fenomen XX i XXI wieku / Sakson. // Przegląd Zachodni. – 2008. – №2. – S. 11–19.
7. Юдина Т. Н. Миграция: словарь основных терминов: Учеб. пособие / Т. Н. Юдина. – Москва: Издательство РГСУ, 2007. – 472 с.
8. Демографический понятийный словарь/ под ред. Л.Л.Рыбаковского – Москва: Центр Социального прогнозирования, 2003. – 352 с.
9. Осина А. И. Стимулирование процесса реэмиграции ученых как необходимые инвестиции государства: опыт России и других стран / А. И. Осина. // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №31. – С. 80–85.
10. International Migration Law. Glossary on Migration. // International Organization for Migration. – 2019. – №34. – P. 236.
11. Bovenkerk F. The sociology of return migration: A bibliographic essay / Bovenkerk. – Hague, 1974. – 67 p.
12. Gmelch G. Return migration / Gmelch. // Annual review of anthropology. – 1980. – №9 (1). – P. 135–159
13. Cuescuecha-Mendoza A. The Re-emigration of American children living in Mexico / A. Cuescuecha-Mendoza, J. Lara, J. Vázquez. // Papeles de Población. – 2017. – № 91. – P. 93–116.
14. Borror D. Dictionary of Word Roots and Combining Forms / Borror., 1988. – 134 p.

Данієлян Ліліт

студентка III курсу факультету психології, історії та соціології

Черкашина Тетяна

доцентка кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології
Херсонський державний університет, Україна

ПАНІНА НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА – НАТХНЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНИХ СОЦІОЛОГІВ

Сьогодні досить актуальною є тема вивчення вітчизняної соціології. В Україні є дуже багато науковців, яких з впевненістю можна назвати соціологами. Однією з найяскравіших постатей є Паніна Наталія Вікторівна, бо саме дослідження цієї науковиці є дуже вагомим внеском в українську соціологічну думку, тому що саме вони стали фундаментом для подальшого розвитку соціології в Україні. Для молодих науковців, які тільки-но починають свій шлях, Наталія Вікторівна стала справжнім натхненням, тим самим поштовхом для занурення в науку - соціологію.

Вивченням життєвого та творчого шляху Паніної Н.В. займалися такі відомі вчені та дослідники як: Є.І. Головаха, Т.Я.Любива, О.Г. Стегній та інші [6]

Н. Паніна є автором понад 200 наукових праць, серед яких особливого визнання здобули монографії «Психологія людського порозуміння» і «Соціальне безумство. Історія, теорія і сучасна практика», підручник «Технологія соціологічного дослідження», публікації,

присвячені методиці проведення та результатам соціологічного моніторингу Інституту соціології НАНУ. Однією з найвідоміших праць Паніної стала її монографія «Українське суспільство 1994-2005: соціологічний моніторинг» [2].

Наталія Вікторівна була членом низки міжнародних наукових організацій, багато років займала посаду голови комісії з професійної етики Соціологічної асоціації України. Вона розробила «Кодекс професійної етики соціолога», котрий було у 2004 році затверджено на з'їзді САУ [1].

Наталія Вікторівна в діяльності та науковій творчості демонструвала сумлінне, високопрофесійне ставлення до соціологічних досліджень, завжди прагнула піднести професійний рівень молодих соціологів [4]. Н.Паніна неодноразово була нагороджена преміями, відзначена в наказах дирекції Інституту соціології НАНУ за наукові досягнення.

Наталія Вікторівна Паніна вирізнялася своїми високими моральними якостями, «які дозволяли їй відкрито і принципово ставити «незручні запитання» тим, хто іноді забував про моральні чесноти» [4].

Комітет політичної соціалізації, Міжнародна асоціація політичних наук, Міжнародне наукове товариство досліджень міжособових відносин, - це одні з небагатьох дослідницьких комітетів, членом яких була Наталія Вікторівна. Вона також була активним членом міжнародних наукових організацій. Дуже багато її наукових робіт друкувалися за кордоном [1].

Створення унікального за рівнем методико-технічного опрацювання архіву соціологічних даних Інституту соціології НАНУ, розроблення організаційно-методичних засад створення Національного соціологічного архіву України - ці досягнення теж належать Н.В.Паніній[3].

Широке застосування в наукових дослідженнях і практиці соціального управління дістали розроблені авторські методики Н.В.Паніної - інтегральний індекс соціального самопочуття та індекс дестабілізаційності протестного потенціалу, введена Н. Паніною низка категорій (віково-рольові очікування, аномійна деморалізованість, дестабілізаційність протестного потенціалу тощо), які пояснюють нові соціальні феномени [5].

У всьому світі серед фахівців відоме епідеміологічне дослідження, проведене в Україні під керівництвом Н.Паніної, з вивчення психічного стану та здоров'я дітей та матерів Чорнобиля (спільно із професором Нью-Йоркського університету Евелін Бромет) [1].

Завдяки Наталії Вікторівні в Україні проводиться конкурс есе та наукових робіт для молодих соціологів, що дає можливість розкрити схильність до науки та надалі все більше і більше розвиватися, тобто не стояти на одному й тому ж місці.

Наталія Вікторівна Паніна була і залишається справжнім прикладом того, яким повинен бути «соціолог». Її порівняльні міжнародні соціологічні дослідження способу життя людей похилого віку, перші загальноукраїнські опитування, перші моніторинги соціальних змін в Україні, перший систематизований курсу лекцій з технології соціологічного дослідження в Україні, перше методичне видання з опитувань громадської думки для журналістів та політиків, перша концепція Національного соціологічного архіву - неоціненний внесок у вітчизняну соціологію, що став фундаментом для подальшого її розвитку в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Наталія Вікторівна Паніна: життя, наукова діяльність, шлях у майбутнє. Київ: Видавництво Факт, 2007. 184 с.
2. Наталия Викторовна Панина. Текст научной статьи по специальности «Политологические науки» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/nataliya-viktorovna-panina/viewer>
3. Наталия Викторовна Панина (1949-2006) Текст научной статьи по специальности «Социологические науки» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/nataliya-viktorovna-panina-1949-2006>
4. Пам'яті Наталії Вікторівни Паніної [Електронний ресурс] -Режим доступу: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2006/08/233-235__no-3-4__vol-14__2006__UKR.pdf
5. Соціальна дистанція, етнічні установки та національна толерантність в Україні [Електронний ресурс] -Режим доступу: <http://www.clovekaspolocnost.sk/jquery/pdf.php?gui=FKG3J6KLWU1FS16E8HSX77N5>
6. Сучасний стан розвитку та перспективи розвитку соціології в Україні та Європі. Матеріали міжнародних соціологічних читань пам'яті Н.В.Паніної / За наук. ред. Є.І.Головахи та О.Г. Стегнія. - К.: Інститут соціології НАНУ, 2008. 181 с.

РЕФОРМА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК КОХЕЗИВНА РЕФОРМА УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА: РІЗНОМАНІТТЯ ПРОЯВІВ

«Законодавець має бути соціологом» – зазначав ще на початку ХХ століття американський соціолог Л. Уорд. А тому сучасні держави та уряди все частіше звертаються до арсеналу соціологічних категорій, реалізуючи різні напрями соціальної політики. Одним із таких провідних концептів є соціальна згуртованість, що вже понад 20 років виступає стрижневою ідеєю розвитку сучасних держав. Так, Рада Європи визначила соціальну згуртованість як «спроможність суспільства забезпечувати добробут усіх своїх членів, мінімізуючи розбіжності (диспропорції) та уникаючи маргіналізації» [1, р.14]. ОЄРС називає згуртованим суспільством таке, що працює «задня добробуту всіх своїх членів, протидіє відчуженню (виключенню) та маргіналізації, формує відчуття приналежності, сприяє довірі та пропонує своїм членам можливість висхідної мобільності» [2, р.51]. Згадки про необхідність розбудови соціальної згуртованості присутні і на рівні окремих урядів. Особливо у цьому зв'язку варто відзначити Канаду, де ще в 90-х роках урядом була сформована дослідницька група, об'єднана у мережу соціальної згуртованості (Social Cohesion Network). У подальшому члени цієї групи розробили визначення соціальної згуртованості як стрижня соціальної політики - «постійний процес розвитку канадської спільноти, побудованої на основі спільних цінностей, спільних викликів та рівних можливостей, що сформовані на засадах почуття довіри, надії та взаємодопомоги серед усіх канадців» [3, р.3].

Реформа децентралізації стартувала в Україні в 2014 році. Відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування [4] вона спрямована на формування нового базового рівня місцевого самоврядування в Україні – об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ), що набувають усю повноту владних повноважень для забезпечення управління місцевим розвитком.

Деякі дослідники номінують реформу децентралізації кохезивною, тобто такою, що спрямована на посилення соціальної згуртованості українського суспільства. Кохезивна спрямованість реформи децентралізації, як зазначають В. Романова та А. Умланд, обумовлена соціально-політичним контекстом її появи як механізму посилення єдності країни, протидії федералізації та сепаратизму [5]. Внаслідок реформи ОТГ стають найбільш

«наближеним» до населення органом публічної влади, що здатен вирішувати локальні проблеми в інтересах місцевих мешканців. З цією метою була здійснена і фінансова децентралізація, що суттєво збільшила податкові надходження до місцевих бюджетів. Застосування таких адміністративних механізмів у соціальній площині було спрямоване законодавцем на підвищення якості життя населення. В цьому ми вбачаємо і перспективу посилення соціальної згуртованості на рівні локальних спільнот в Україні – «процесу розвитку добробуту; почуття приналежності та добровільної соціальної участі членів суспільства у розвитку спільнот, які толерують та сприяють множинності цінностей та культур; надання одночасно рівних прав та можливостей» (визначення соціальної згуртованості за Ксав'єром Фонсекою [6, р. 246]).

Зовнішній аспект кохезивності реформи децентралізації ми вбачаємо в особливостях соціального сприйняття цієї реформи. Відповідно до результатів дослідження «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати п'ятої хвилі соціологічного дослідження серед населення України» серед тих українців, які добре обізнані про реформу децентралізації, 81% опитаних вважають її такою, що потрібна Україні [7]. Таке соціальне визнання реформи децентралізації в оцінках українців дозволяє визначити останню як одну з найбільш успішних реформ в Україні за останні роки. На відміну від інших законодавчих новел (приміром, земельна реформа, приватизація державних підприємств чи питання реінтеграції тимчасово окупованих територій), які чітко поляризують думки українців на «за і проти», реформа децентралізації має потужний потенціал соціального гуртування українського суспільства довкола самої ідеї та результатів своєї імплементації.

Внутрішній аспект кохезивності реформи децентралізації пов'язаний з особливою процедурою формування об'єднаних територіальних громад, що має консенсуальний та добровільний характер, а також передбачає реалізацію набору узгоджених дій усіх суб'єктів процесу об'єднання. Порядок створення ОТГ представляє собою множинність взаємодій на різних рівнях (як всередині окремих територіальних громад, що планують об'єднання, так і між ними). Зокрема, йдеться про появу ініціаторів об'єднання (якими можуть бути не лише представники влади – місцеві голови чи депутати, але й члени територіальної громади та органи самоорганізації населення), проведення громадських обговорень щодо надання згоди чи відмови щодо об'єднання, ухвалення прийнятого рішення відповідними місцевими радами та подальше формування спільної робочої групи з підготовки проектів рішень щодо добровільного об'єднання територіальної громади [8]. Такий законодавчо визначений алгоритм дій має пройти кожна територіальна громада, що планує увійти до складу новоствореної ОТГ.

Активізація взаємодій як всередині, так і між територіальними одиницями формує та посилює соціальні зв'язки, а отже і створює підґрунтя для оформлення соціального капіталу майбутньої об'єднаної громади (за Р. Патнемом [9]). У той же час, багато дослідників, що здійснювали спробу дефінування соціальної згуртованості, пов'язують конструювання останньої саме з появою соціального капіталу. У цьому зв'язку нам імпонує визначення соціальної згуртованості за М. МакКрекеном як «характеристики суспільства, що визначає зв'язки та відносини між соціальними суб'єктами, такими як індивіди, групи, асоціації, територіальні одиниці» [10, р.3]. А також більш деталізоване визначення, яке наводить Дж. Чан, який дефінує соціальну згуртованість як «стан справ, що стосується як вертикальних, так і горизонтальних взаємодій між членами суспільства, та характеризується набором установок та норм, що включають довіру, почуття приналежності і готовність брати участь та допомагати, а також відповідні поведінкові прояви» [11, р. 290].

Імплементация реформи децентралізації в Україні не позбавлена певних викликів у контексті посилення соціальної згуртованості українського суспільства. Одним із них нам вбачається другорядна роль етнічного та культурного чинників, що розглядаються в залежності від пріоритету соціально-економічного розвитку майбутньої громади (стаття 5 Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад»). Неврахування етнокультурних чинників на етапі об'єднання територіальних громад у подальшому може стати підґрунтям для виникнення локальних конфліктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Council of Europe. 2008. Report of High-Level Task Force on Social Cohesion: Towards an Active, Fair and Socially Cohesive Europe. URL : <https://rm.coe.int/report-towards-an-active-fair-and-socially-cohesive-europe-janv-2008-t/1680939181> (date of appeal : 17.02.2021).
2. OECD. 2011. Perspectives on Global Development 2012, Perspectives on Global Development. OECD Publishing. URL : https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/persp_glob_dev-2012-summary.pdf?expires=1603089712&id=id&accname=guest&checksum=D60DADA42DCC1C60387D4B0EB28663D5 (date of appeal : 17.02.2021).
3. Jeannotte M. Sharon Social cohesion: Insights from Canadian research. Presented at the Conference on Social Cohesion. Hong Kong – November 29, 2003. URL : https://www.researchgate.net/publication/228981786_Social_cohesion_Insights_from_Canadian_research (date of appeal : 01.02.2021).
4. European Charter of Local Self-Government: Official Translation. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036 (date of appeal : 22.01.2021).
5. Romanova, Valentyna, and Andreas Umland. Decentralising Ukraine: Geopolitical Implications. *Survival*. 2019. 61 (5). P. 99–112.
6. Fonseca Xavier, Stephan Lukosch and Frances Brazier. Social Cohesion Revisited: a New Definition and How to Characterize It. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. 2019. №32 (2). P. 231–253.

7. Звіт «Децентралізація та реформа місцевого самоврядування: результати п'ятої хвилі соціологічного дослідження серед населення України» (2020). URL : https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/633/2020Report_UKR_ukr.pdf (дата звернення 01.02.2021).
8. Про добровільне об'єднання територіальних громад : Закон України від 5 лютого 2015 року № 157-VIII. Відомості Верховної Ради. 2015. № 13. ст.91.
9. Putnam R. The prosperous community: social capital and economic growth. *American Prospect*. Spring. 1993. P. 35 – 42.
10. MacCracken M. Social cohesion and macroeconomic performance. Paper presented at the Conference 'The State of Living Standards and the Quality of Life', Centre for the Study of Living Standards (CSLS), October 30-31, 1998, Ottawa, Ontario/Canada. URL : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.469.9884&rep=rep1&type=pdf> (дата звернення : 17.01.2021).
11. Chan J., To H. P. and Chan E. Reconsidering Social Cohesion: Developing a Definition and Analytical Framework for Empirical Research. *Social Indicators Research*. 2006. №75(2). P. 273 – 302.

Дем'янчук Владислав

студент 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

КУЛЬТУРНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

Культурна глобалізація та наслідки її процесів вже декілька десятиків років є темою дослідження багатьох видатних науковців. Значний внесок у загальнотеоретичне філософське розуміння проблем глобалізації та культури зробили західноєвропейські вчені: М. Кастельс, Дж. Томплінсон, Ф. Фукуяма, Р. Робертсон та інші. Проблему глобалізації і культури вивчали і українські вчені: Т. Возняк, Н. Ладо, О. Олійник, І. М'язова та інші.

Коли говорять про культурну глобалізацію, мають на увазі поширення ідей, значень та цінностей у світі з розширенням та збагаченням культурних стосунків[1, с.20]. Цей процес відзначається спільним споживанням культурних продуктів поширених через Інтернет, засоби популярної культури та завдяки міжнародному туризму. Циркуляція культурних продуктів дозволяє індивідами брати участь у соціальних стосунках, котрі виходять за межі країн та регіонів, що призводить до формування спільних норм, ідей, моди, релігій, технологій, мов тощо.

Взаємодія культур, заснована на повазі до культурної самобутності та духовної спадщини того чи іншого народу – єдиний спосіб формування моделі мультикультурного сучасного світу. Діалог міжнаціональних культур передбачає сприйняття іншої культури з

точки зору культурного релятивізму, толерантного ставлення до «іншого», а не залучення «іншого» до своєї віри. Головною ідеєю мультикультуралізму повинна бути повага до усіх сторін діалогу, вміння почути іншу думку та прийняття альтернативних варіантів на засадах принципів неагресії. Але сучасні діячі та прихильники течій “мультикультуралізму” та “толерантності”, котрі дотримуються ідей неомарксизму, використовують зовсім інший підхід, спрямовуючи свої дії проти націй та культур західної цивілізації, котра на протязі тисяч років, починаючи з часів Античності, дарувала нашому світові нескінченну культурну спадщину у вигляді архітектурних об’єктів, скульптур, світлин, тисяч кілометрів нотного матеріалу, кінематографу та переважної кількості наукового та філософського знання у всіх сферах, і безкомпромісну більшість технологічних винаходів, котрими сьогодні користується увесь світ.

В наш час існує тенденція масштабних міграційних процесів з країн третього світу, зокрема мусульманських країн, країн Південної Азії, Латинської Америки, в розвинені країни Заходу. Разом з собою емігранти привозять і свою культуру, норми та традиції, котрі не тільки відрізняються від західної естетично, а і фундаментальними ідеологічними засадами, що може призводити до конфлікту культур та прецеденти етнічного та культурного заміщення населення.

Сьогодні найбільш вагому роль в процесах культурної глобалізації відіграють великі корпорації. Такі монополісти як Disney, Netflix та інші фактично окупували медіа простір і через, кіно та серіали на весь світ просувають зручну для них ідеологію, а саме – неомарксизм (так звана франкфуртська школа), тобто ту саму, трохи видозмінену ідеологію, носії котрої 100 років тому знищували мільйонами українців (і не тільки) фізично і культурно. Одночасно з цим такі телевізійні гіганти як CNN чи BBC поширюють новини, замовчуючи або викривляючи факти таким чином, щоб вони не суперечили “правильним” ідеологічним переконанням. Коли активісти Black Lives Matter та антифашисти влаштовують погроми, масові крадіжки та мародерства, знищують пам’ятники відомим державним і культурним діячам – це справедливий протест[2][3]. Коли активісти правих партій, або просто представники середнього класу влаштовують мітинги – це фашистський заколот, порушення свободи слова та прав меншин, і за такі дії їм потрібно забороняти виходити в ефір[4][5]. Всі вищеназвані дії спрямовані проти всієї Західної культури та цивілізації загалом. Корпораціям це вигідно, тому що люди, котрі не мають культури, будуть з більшою активністю споживати низькоякісні товари, із задоволенням дивитися повністю розроблені (або адаптовані) маркетологами франшизи мейнстрімного деградаційного кіно, і слухати маргинальні пісні про те, як чудово продавати та споживати

наркотичні препарати і займатися незахищеним сексом з жінками з низькою соціальною відповідальністю.

Отже, глобалізація культури відображає два досить суперечливі процеси: з однієї сторони, вона відкриває більш широкий доступ до цінностей національних культур, але з іншої, їх взаємозбагачення не завжди є можливим, як у випадку з європейською та мусульманською культурами, котрі є абсолютно несумісними, особливо в рамках однієї певної держави. Коли одна культура експортує величні предмети мистецтва, неперевершені архітектурні стилі, моду, наукові знання і концепції, що стали в основі всієї Світової цивілізації сьогодення, а інша культура експортує здебільшого тероризм[6] (в тому числі і культурний) – це унеможливорює будь яке об'єднання, або хоча б взаєморозуміння людства на культурному рівні.

Також варто зазначити вплив глобалізаційних процесів на Україну. Саме українська культура і всі аналогічні не впливові національні культури з часом будуть все більше втрачати свою ідентичність, переймаючи культурні елементи з більш впливових культур. Але при цьому повинна відбуватися певна культурна фільтрація, тобто українці повинні переймати виключно цивілізовані культури елементи, не допускати просочування дикунства та варварства, звичайно якщо вони не хочуть, щоб їм мали змогу проводити декапітацію прямо посеред вулиці представники “самої мирної релігії” за показ чи публікацію карикатури, як це зараз відбувається в поки що розвинених країнах Європи[7].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Paul J. Globalism, Nationalism, Tribalism [Електронний ресурс] / James Paul. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/1642214/Globalism_Nationalism_Tribalism_Bringing_Theory_Back_In_2006_.
2. <https://edition.cnn.com/2020/07/23/us/black-lives-matter-protests-continue/index.html>
3. <https://edition.cnn.com/2021/02/01/us/black-lives-matter-movement-nobel-peace-prize-trnd/index.html>
4. https://www.skynews.com.au/details/_6223009033001
5. <https://www.thewrap.com/cnn-alisyn-camerota-delusional-trump-supporters/>
6. Terrorism [Електронний ресурс] / R.Hannah, H. Joe, A. Cameron, R. Max. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://ourworldindata.org/terrorism>.
7. <https://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2020/10/17/7115432/>

ГЕНЕЗИС КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ У СОЦІОГУМАНІТАРНОМУ ДИСКУРСІ

Актуальність вивчення соціальної поведінки у соціогуманітарному дискурсі набуває все більшою популярністю у дослідженнях вчених. І це є цілком виправданим. Адже суспільне життя складається з дій, взаємодій або відносин індивідів. Найважливіше завдання для соціології не просто встановити, але пояснити ці дії. Для цього слід об'єднати ці відносини в певні суспільні системи і підсистеми: політичні, соціальні, економічні, культурні або ідеологічні, з'ясувати їх внутрішній зв'язок (взаємодію) один з одним і зовнішнім середовищем. Соціологія для характеристики аспектів соціальної поведінки оперує поняттям "роль індивідуальності" і розкриває природу поведінки, характеризуючи її як взаємодію, яка однозначно має двовекторну природу: по-перше, спонукання до ефективної поведінки; по-друге, поведінка людини спрямована на пристосування до цього середовища, а також до його змін [1, с.4]. Охарактеризуємо основні концепти дослідження соціальної поведінки у соціологічному дискурсі, які створили теоретико-методологічне підґрунтя розуміння ролі соціальної поведінки для функціонування соціуму.

М. Вебер розробив теорію соціальної поведінки і вивчав процес соціальної дії людської поведінки через раціоналізм та раціонального семантичного змісту. Це впливає на те, що суб'єкт завжди включає у свою поведінку елементи раціоналізму. Одним з проявів такого раціоналізму М.Вебер вважав орієнтацію на дії інших. Тобто, в діях, в яких відсутній більш-менш чітко виражений сенс або ціннісні припущення, М. Вебер відлучав від соціального поняття в концепції, та вважав, що вони є ані соціальними, ані раціональними. Таким чином, теорія соціальної дії М. Вебера призвела до формування соціальних систем, нормативної семантичної взаємодії та структури загальних очікувань [2, с.22].

Т. Парсон розглядав феномен людської дії, під яким він розуміє внутрішню мотивацію, зосереджену на зовнішній меті та соціальній поведінці, яка підпорядковується нормативним правилам, що мають свою внутрішню структуру, складаються з низки елементів і ,одночасно, становлять соціальну цілісність щодо зовнішнього соціального

середовища. Т. Парсонс розглядав соціальні ролі як стихійну форму, завдяки якій людські дії вписуються у соціальну систему. Кожна роль передбачає, що дії особистості відповідають певним загально визнаним соціальним очікуванням, нормативним та ціннісним стереотипам. За допомогою соціальних ролей особистість інтегрується у структуру соціального інституту та у всю соціальну систему. Адже, за Т. Парсонсом суспільство та особистість виступають як два відносно самостійні елементи загальної системи [3, с.220].

Р. Мертон вважав, що всередині кожної соціальної групи існують типові алгоритми комбінування шкали бажаних цілей із шкалою можливих (допустимих) засобів їх досягнення. Члени групи зобов'язані зробити таке співвідношення для себе на підставі власних морально-правових якостей. Ці типові кореляційні моделі є нормативними. У той же час стандарти, які вважаються ефективними та доречними в рамках певної соціальної спільноти, можуть не збігатися, перевищувати загальнолюдські морально-правові імперативи. Тому особа повинна вибрати відповідні засоби для досягнення своїх цілей або, враховуючи поточні регулятивні обмеження, уникати їх. Згідно з концепцією Р. Мертона існує тісний взаємозв'язок між поведінкою особистості та ефективністю суспільства: свідома повага індивіда до соціальних норм забезпечує його належне функціонування, порушення цих норм, їх заміщення тими, що заперечуються суспільством, остання призводить до стану аномії [3, с.220].

Отже, огляд вищезначених підходів щодо сутності соціальної поведінки (соціальної дії) дозволяє зробити наступні висновки. Соціологічний дискурс дозволяє сфокусуватися як на свідомій, так і несвідомій поведінці людини. Що є важливим для розуміння сутності категорії «член соціальних спільнот» через його соціальний статус, ролі, які він грає у соціальній структурі суспільства та у власному життєвому середовищі. Таким чином, раціональні аспекти поведінки (свідомість, цінності, настанови, інтереси і т. д.) та ірраціональні (соціальний настрій, благополуччя, емоційні імпульси, звички і т. д.) доцільно розглядати як соціальні. Адже вони мають бути референтні до соціальної групи, об'єктивних обставин. Тобто тим структурам і елементам, які є, за своєю сутністю, зовнішніми по відношенню до людини. Це дозволяє більш ґрунтовному розумінню кореляційних зв'язків між поведінкою людини, як прояву її індивідуальності, та поведінкою у суспільному просторі (економіці, культурі, політиці, у сфері правових відносин і т. д.).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бащук С. Г. Соціальна поведінка і вплив цінностей на неї / С. Г. Бащук // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція. - 2014. - Вип. 8. - С. 4-7. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_jur_2014_8_3. .
2. Мцаканян М.О. Соціальна поведінка, соціальні спільноти, соціальна реальність // Соціологічні дослідження . 2003. № 2. С. 21-28. Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/18670888.html?eng=0>
3. Лякішева А.В. Ідеї соціальної дії (поведінки) в теоретичних концепціях М.Вебера, Т.Парсонса, Р.Мертона. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzspp_2012_1_51.pdf

Кравченко Артем

студент IV курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ СОЦІАЛЬНИХ НЕВИЗНАЧЕНОСТЕЙ

Тематика прогнозування розвитку українського суспільства в умовах соціальної невизначеності є вкрай актуальною тематикою для сучасної соціології. Зараз через швидкий технологічний розвиток, різні географічні, політичні фактори відбуваються різкі зміни цінностей, норм, навіть структури суспільства. Це має вплив на стан соціальної невизначеності й більшість змін що відбуваються суспільстві. Українське суспільство не є винятком, в ньому зараз спостерігається такий стан, саме від цього залежить як воно зміниться надалі. Вміння прогнозувати вектори розвитку суспільства є дуже важливою тематикою котра з часом набуває все більшої значущості і стає невід'ємною частиною буття. Приблизно 100 років тому тематика прогнозування розвитку суспільства не була такою важливою як зараз. Завдяки прогнозним механізмам ми можемо побачити до чого можуть призвести сучасні технології, реалії, настрої населення, політика, екологія тощо. Як саме це відобразиться на населенні і як воно може змінитись зважаючи на всі ці фактори.

Суспільство вивчали і вивчають зараз і будуть вивчати в майбутньому. Цим питанням займались величезна кількість вчених соціологів і розглядали його с різних наукових позицій, застосовуючи різні підходи і будуючи власні концепції. Були визначені безліч класифікацій суспільств, різні етапи розвитку і можливі сценарії.

В сучасних реаліях на суспільства впливають різні аспекти сучасності і таким чином його можна по різному вивчати і прогнозувати. Для визначення що саме мається на увазі

під поняттям «суспільство» потрібно звернутись до класиків соціології, соціологічних словників і побачити яке значення вони вкладали в ці поняття.

В соціології вивченням і прогнозуванням розвитку суспільства займались такі вчені як Огюст Конт, Герберт Спенсер. Вони по різному прогнозували розвиток суспільства дотримуючись власних теорій. Огюст Конт стверджував що суспільство є змінним процесом з приходженням на зміну старих традицій нових поглядів, він уже у свій час спрогнозував що суспільство почне розвиватись саме через науковий напрямок і його прогноз був абсолютно вірним [1]. Герберт Спенсер був осноположником ідеї еволюціонізму. Проводив аналогію суспільства з організмом. З сучасних досліджень також є велика кількість досліджень котрі вже розповідають про розвиток суспільства вже у сучасних реаліях [2].

Для того аби правильно визначити які саме є соціальні невизначеності і як вони впливають на розвиток українського суспільства необхідно визначитись що саме вкладається в поняття розвиток суспільства. Розвиток суспільств – це процес, у якому діють, з одного боку, люди, спільноти, інститути, а з другого – об'єктивні умови, які постають обмежувальними рамками їх цілей, діяльності та результатів.

Під невизначеністю слід розуміти неможливість оцінки майбутнього розвитку подій, як з погляду ймовірності їхньої реалізації, так і з погляду виду їхнього прояву соціальна невизначеність характеризується прагненням людей формувати соціальні зв'язки і сприяти поведінці стосовно взаємно прийнятих зобов'язань, службових відносин, ролей, стимулів, конфліктів, традицій тощо.

Українське суспільство нині знаходиться в умовах соціальних невизначеностей через безліч різноманітних факторів до них можна віднести : демографічні, економічні, соціальні і соціально-психологічні (ослаблення традиційних форм соціального контролю за окремою особою у зв'язку з урбанізацією, акселерацією, алкоголізацією і наркотизацією населення), організаційно-правові (ухвалення законів, що передбачають посилення кримінальної відповідальності за вчинення тяжких злочинів, ухвалення актів про амністію, практика помилування тощо). І взагалі настрої котрі є серед населення також впливають в яких умовах знаходиться суспільство. На це також впливає рівень довіри до різних основних соціальних інститутів котрі є основними в суспільствах і у даній тематиці в Україні майже до всіх соціальних інститутів є недовіра, що впливає на виникнення соціальних невизначеностей. Слід також акцентувати увагу на невисокий економічний розвиток коли більшість населення перебуває за границею бідності за Європейськими стандартами.

Починаючи з 2014 року політична і геополітична агресія зі сторони окупанта Росії в бік України спочатку окупацією Криму потім війною на Донбасі. А вже починаючи з 2020 року поява пандемії «коронавірусу» це все впливає на те що Україна зараз знаходиться в умовах соціальних невизначеностей. Населення невпевнене у завтрашньому дні, немає «твердої поверхні під ногами» у вигляді фінансової підтримки, агресивні військові дії, економічні фактори, політичні, недовіри до соціальних інститутів, епідемія коронавірусу це все зовсім не сприяє створенню чітких умов для функціонування і розвитку українського суспільства.

Підводячи підсумки щодо соціальних невизначеностей - їх існує велика кількість і різновидів. Вони впливають на всі сфери розвитку суспільства і пов'язані з ними. Відіграють ключову роль у розвитку суспільства. Їх виникнення може бути пов'язане з великою кількістю факторів і вони існують постійно просто змінюються і застосовуються до якихось нових сфер і аспектів суспільств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голосенко І. А. Історія Соціології [Електронний ресурс] / Ігор Анатолійович Голосенко. 1999. Режим доступу до ресурсу: http://ecsocman.hse.ru/data/831/894/1217/03_golosenko_Istoriya_sotsiologii.pdf
2. Спенсер Г. «Основи соціології» Данні соціології. Індукція соціології / Герберт Спенсер., 2016. – 432 с.

Круть Вікторія

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

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

У наш час ми спостерігаємо підвищену зацікавленість до соціально-економічного розвитку різних соціальних систем, як на мікро- так і на макрорівнях. Поступово приходиться розуміння, що розвиток економіки залежить від багатьох факторів, але основним з них, на нашу думку, виступає соціальний фактор, який є ключовою складовою економічного зростання на різних рівнях, основними складовими якого є соціальний та людський капітали. Саме людський та соціальний капітали формують соціокультурне середовище, які

вже потім можна розглядати, як сукупність соціокультурних чинників формування ефективного економічного середовища.

Варто зазначити, що соціокультурні фактори є важливими у будові розвитку потенціалу людини, її здібностей. Адже вони представляють собою сукупність компонентів сфер духовного життя, моральні цінності та норми, взаємовідносини між людьми та безпосередньо чинників, які їх формують – освіта, етика, культура [1]. Тобто, соціокультурні складові визначають характер соціально-економічного середовища та його еволюційні зміни.

Розглядаючи та аналізуючи соціокультурні чинники варто не забувати про ключове фундаментальне положення. А саме, феномен економічної культури. Саме про вищезазначений феномен писав Т. Єфременко. Він розглядав економічну культуру, як втілення умінь, навичок, знань, поведінкових аспектів, які здатні впливати на економічне мислення людини. Він вважав, що економічна культура це систематизоване явище, яке має різні рівні та виконує функції напряду пов'язані із пристосуванням людини до економічного простору [2].

Важливість соціокультурних особливостей кожного соціального суб'єкту визначає їх історичне значення та формулювання. Соціокультурні особливості можуть як вагомо зменшувати можливості суспільних змін, так і створювати умови для соціально-економічних змін. Іншими словами, чинники соціокультурного характеру визначаються людськими цінностями та поведінковим ефектом особистості, можуть мати вплив на економічні соціальні, культурні процеси на усіх рівнях (наприклад, це може бути, як країна, так і підприємство). Загалом, з одного боку вплив може стимулювати економічне зростання, а з іншого – навпаки, перешкоджати йому.

Значущість соціокультурних чинників є обґрунтованою завдяки багатьом міжнародним дослідженням, які розглядають тематику впливу соціальних та економічних чинників на економічний розвиток [3]. У нашому сьогоденні можна виокремити багато поглядів до опису соціокультурних складових та їх застосування у різних сферах.

Отже, якщо розглядати економіку країни, як соціальну систему, то великий вплив на неї мають саме соціокультурні чинники, але залежить все це від економічного розвитку та статусу країни.

Варто зосередити увагу на теоріях економічного розвитку. Процес цивілізації багатокомпонентний та має чітку багатогранну структуру. С.Б. Кримський вважає, що фактори, які формують структуру визначаються за показником часу, а не за ціннісним критерієм. Верхні ланки цивілізаційної діяльності є науково технічний розвиток, соціально-політичні та економічні перспективи міжнародного значення. Фундаментальний ступінь

формується цінностями, традиціями, культурою, стереотипним мисленням, саме це і визначає національно-культурний поділ населення.

Існують і вітчизняні типи цивілізаційного розвитку, серед них виділяють два вектори – культурно-історичний та матеріалістичний. Цивілізація і є великою «культурною системою» стверджував П. Сорокін.[4] Такі фактори, як етнографічні особливості, народні думки, історичні аспекти виховання народу формують головний чинник культурно-історичного типу.

Соціокультурні чинники визначають змінні економічного середовища та процес його розвитку. Культурна та інституційна сфера саме в наш час має стрімкий розвиток і виступає результатом культурного та історичного прогресу. В центрі ефективної економічної діяльності головне місце посідає розгляд соціального і людського потенціалу та умов, які створюють морально-етичні цінності, соціальні та культурні сфери. Соціокультурний потенціал – є одним з визначних факторів становлення процвітаючого суспільства, саме він і виокремлює його місце в суспільстві та формує його процес росту у майбутньому. Соціокультурний капітал створює суспільне життя, об'єднуючи соціальну, економічну, демографічну та культурну сфери. Зокрема забезпечує оцінювання таких показників, які відповідають за роботу таких сфер як: традиції, звичаї, рівень культури, освіти, соціально-політичний рівень, системи соціальних гарантій, доходу населення.

Існує система ознак, які передбачають оцінку соціокультурного потенціалу певної групи населення та мають вагомe значення у становленні економічного потенціалу. Г.Хофстеде запропонував підхід, який керується соціокультурними особливостями які мають безпосереднє відношення до певного регіону країни, або ж населення вцілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. А. Грицайко Некономічні фактори в теорії економічного зростання: соціокультурна складова Вісник Львівського університету. Серія економічна. 2019. Випуск 57. С. 313-320
<http://dx.doi.org/10.30970/ves.2019.57.0.4034>(дата звернення 18.02.2021)
2. Соціокультурні чинники інституціоналізації підприємництва в Україні : монографія / О. Рахманов. - К.: КНЕУ, 2010. - 179, [5] с. https://i-soc.com.ua/assets/files/book/rakhmanov/rakhmanov_mon_2010.pdf (дата звернення 15.02.2021)
3. Шевченко М.С., Кириченко Я.В., Кайнара Д.О. Вплив соціокультурних факторів на політику управління персоналом у транснаціональних корпораціях» Економіка та управління підприємствами / Випуск 41. 2020. С.203-205. http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/41_2020_ukr/35.pdf
4. Т. С. Веремієнко, СОЦІОКУЛЬТУРНІ КРИТЕРІЇ КОНЦЕПЦІЙ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ Ефективна економіка № 5, 2012 / УДК 316.42 С. 35 – 36. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1349>

ДУХОВНИЙ ІНТЕЛЕКТ: НОВА ПАРАДИГМА СПІЛЬНИХ ДІЙ

Більшість колаборацій (співпраць) у підприємництві базуються лише на матеріальному капіталі. Але для того, щоб партнерство процвітало, люди також повинні звертати увагу на дві інші форми багатства: соціальний та духовний капітал. Що робить бізнес більш успішним та динамічним? Це колаборація (співпраця) з іншими учасниками ринку. Один з поглядів полягає в тому, що співпраця є настільки ж великою, як і особи, які співпрацюють в рамках неї. Іншим є те, що співпраця також настільки велика, як бачення, яке її рухає. Все ж, спільне бачення є головним. Бачення - це вектор в якому ви рухаєтесь, до чого прагнете, те, що є клеєм вашого підприємства, рушійною силою, життєвою силою в ньому. У нашому світі сьогодні нам не вистачає бачення.

Причиною того, чому у наших співпрацях відсутнє бачення, полягає в тому, що вони базуються лише на одному виді капіталу - матеріальному. Будь-яке підприємство, вимагає певного матеріального капіталу, яке в свою чергу очікує примноження саме фінансового багатства, в короткостроковій перспективі. Але для того, щоб співпраця підтримувала себе в довгостроковій перспективі, їй потрібні дві інші форми капіталу: соціальне та духовне. Ці три типи капіталу пов'язані. Матеріальний капітал сидить на верхньому шарі, соціальний - на середині, а духовний - на нижньому, підтримуючи всі три.

За словами політичного економіста Френсіса Фукуями, який написав «Довіра: соціальні чесноти та створення процвітання» [1], соціальний капітал можна виміряти величиною довіри до суспільства, співчуттям людей, що відчувають один до одного, та відданістю здоров'я громади. Здоров'я громади, за його словами, можна виміряти такими критеріями, як рівень злочинності, розлучення, грамотність та судовий процес.

Більш фундаментальний за соціальний капітал є духовний капітал - відображає те, для чого існує людина, у що вірить, до чого прагне та за що несе відповідальність. Виходячи з цього визначення, це нова парадигма, яка вимагає від нас кардинально змінити своє мислення щодо філософсько-соціологічних основ та практики бізнесу чи будь-якого підприємства. Мається на увазі силу, яку може проявити людина чи організація, виходячи з їхніх глибинних вірувань, цінностей та цілей.

Таблиця 1. Типи капіталу

Вид капіталу	Вид інтелекту	Функція
Матеріальний капітал (Material capital)	Коефіцієнт інтелекту (IQ – Rational Intelligence)	Що я думаю?
Соціальний капітал (Social capital)	Емоційний інтелект (EQ–Emotional Intelligence)	Що я відчуваю?
Духовний капітал (Spiritual capital)	Духовний інтелект (SQ – Spiritual Intelligence)	Хто я є?

Використані джерела – [2]

IQ, або коефіцієнт інтелекту, був відкритий на початку 20 століття і перевіряється за допомогою інтелектуальних шкал Стенфорда-Біне. [3] Це стосується нашого раціонального, логічного, обмеженого правилами інтелекту вирішення проблем. Передбачається, що це робить нас яскравими або тьмними. Це також стиль мислення. Усі ми використовуємо якийсь IQ, інакше ми б не працювали.

EQ - це наш емоційний інтелект. У середині 1980-х у своїй книзі "Емоційний інтелект: чому це може мати значення більше, ніж IQ" [4], Даніель Гоулман сформулював тип інтелекту, який має наше серце або емоції. Вимір проявляється у довірі, емпатії, емоційній самосвідомості та самоконтролі, а також у здатності адекватно реагувати на емоції інших. Це відчуття того, звідки люди родом; наприклад, якщо хтось схожий на те, що він сварився зі своєю дружиною до того, як прийшов того ранку в офіс, не найкращий час просити у них підвищення зарплати або викладати нову ідею.

SQ, або духовний інтелект, лежить в основі IQ і EQ. Духовний інтелект - це здатність отримувати доступ до вищих значень, цінностей, постійних цілей та несвідомих аспектів самості, а також впроваджувати ці знання, цінності та цілі у багатше та творче життя. Ознаки високого SQ включають здатність мислити нестандартно, смиренність, доступ до енергії, що походить від чогось поза поверхнево раціонального, поза «Я» [2].

Якщо ми хочемо змінити системи, ми повинні змінити поведінку людини. Але поведінку людини не так легко змінити. Щоб досягти реальної трансформації, ми повинні змінити мотивацію, яка рухає поведінку. Сьогодні бізнес, політика, освіта та суспільство загалом керуються чотирма негативними мотиваціями: страхом, жадібністю, гнівом та самоствердженням. Коли нами керують ці негативні емоції, ми менше довіряємо як собі, так і іншим, і ми схильні діяти з невеликого місця всередині себе.

Нижче наведено деякі способи поведінки, які вказують на високий рівень духовного інтелекту. Практикуючись на щоденній основі, вони можуть створити культурний зсув і

привести організацію в цілому до діяльності на основі вищих мотивацій. (показники взяті з [2]).

- самосвідомість - оцінює особисті сильні та слабкі сторони відповідно до того, як їх бачать інші;

- спонтанність - готовий експериментувати та ризикувати;
- бути ціннісним-вибір кар'єри робиться, керуючись бажанням зробити щось варте;
- співчуття - готовий виділити час, щоб допомогти іншим;
- позитивність до різноманітності - поважає та серйозно розглядає ідеї, які кидають

виклик мейнстріму;

- незалежність - слухає думки інших, але завжди готовий взяти на себе відповідальність за особисті рішення та дії;

- покірність - готовий дослідити те, чому можна навчитися на особистих помилках;
- тенденція задавати фундаментальні запитання «чому» - дає можливість іншим

пояснити свої дії, перш ніж давати негативні відгуки;

- можливість переформувати - наводить різноманітні підходи до вирішення завдань;

- позитивне використання негараздів - намагається вчитися на помилках, а не звинувачувати в них інших;

- почуття покликання-проходить додаткову миль, щоб досягти чудового результату.

Отже, дослідження духовного інтелекту, як фундаменту нової парадигми спільних дій для розвитку сталого підприємництва, корелює з необхідністю відкриття власних українських наративів її формування та трансформації, та потребує подальшого науково-практичного дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. Москва : АСТ ; ЕРМАК, 2004. 730 с.
2. Danah Zohar. Spiritual Capital: Wealth We Can Live by / Danah Zohar, Ian Marshall., 2004. – 216 с.
3. Шкала Стенфорд-Біне [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/lzjz>.
4. Goleman, D. Emotional intelligence / Goleman, D., 1995.

СОЦІАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОТИРІЧ

Конфлікт як явище соціального життя людини займає особливе місце в соціальній науці: воно безпосередньо пов'язане як з розумінням природи особистості так і її розвитку, і з проблемою соціального здоров'я і благополуччя людини. Функція соціального конфлікту проявляється через роль, яку він виконує по відношенню до різних структурних елементів соціальної системи. Розрізняють явні і приховані (латентні) функції соціального конфлікту. Явні функції конфлікту характеризуються тим, що його наслідки співпадають з цілями, які проголошували і переслідували суб'єкти конфлікту. Приховані (латентні) функції конфлікту, його наслідки виявляються лише з плином часу і в певній мірі відрізняються від намірів, раніше проголошених суб'єктами конфлікту. [1]

Функції соціального конфлікту за своїм змістом, значенням і ролі можна розділити на дві групи: конструктивні (позитивні) функції конфлікту та деструктивні (негативні) функції конфлікту. Конструктивні функції: спосіб виявлення, фіксації та вирішення соціальних протиріч між суб'єктами соціальної взаємодії; стабілізація і інтеграція соціальних відносин, зниження соціальної напруженості; збільшення інтенсивності соціальних зв'язків і відносин; створення нових соціальних норм і соціальних інститутів; адаптація та соціалізація особистості. Деструктивні функції: моральні, матеріальні втрати, загроза життю і здоров'ю; дестабілізація, дезорганізація суспільства; руйнування соціальних комунікацій та соціокультурне відчуження соціальних утворень усередині суспільної системи; соціальна аномія, песимізм.

Розглянемо деякі функції соціального конфлікту в процесі соціальних змін. Спочатку розглянемо деякі конфліктні функції в соціальних системах, більш конкретно - їх зв'язок з інституційною жорсткістю, технічним прогресом та продуктивністю, а потім розглянемо питання взаємозв'язку між соціальним конфліктом та змінами соціальних систем. Центральне спостереження Джорджа Сореля у його «Роздумах про насильство», якому ще не приділено достатньої уваги соціологами, може послужити нам зручним плацдармом. [2]

Сорель писав: «Ми сьогодні стикаємося з новим і непередбачуваним фактом - середнім класом, який прагне послабити власні сили. Раса сміливих капітанів, які створили велич сучасної промисловості, зникає, щоб поступитися місце ультрацивілізованій

аристократії, яка просить дозволити їй жити в мирі. Загрожуючого декадансу можна уникнути, якщо пролетаріат вперто тримається революційних ідей. Класи-антагоністи впливають один на одного частково опосередковано рішуче. Усе може бути врятовано, якщо пролетаріат, застосовуючи насильство, поверне середньому класу щось із колишньої енергії!»

Конкретна доктрина Сореля про класову боротьбу тут не викликає безпосереднього занепокоєння. Для нас важливою є ідея, що конфлікт (який Сорель називає насильством, використовуючи це слово в особливо спеціальному значенні) перешкоджає закріпленню соціальної системи, здійснюючи тиск на інновації та творчість. Незважаючи на те, що заклик Сореля був адресований робітничому класу та його інтересам, він вважав, що це має загальне значення для загальної соціальної системи; на його думку, поступове зникнення класових конфліктів цілком може призвести до занепаду європейської культури. На його думку, соціальна система потребувала конфлікту, аби лише поновити свою енергію та активізувати свої творчі сили. Ця концепція, здається, є більш загальнодоступною, ніж лише для класової боротьби. Конфлікти всередині та між групами в суспільстві можуть запобігти прогресивному збідненню творчих здібностей та звичним стосункам. Зіткнення цінностей та інтересів, напруженість між тим, що є, і тим, що деякі групи вважають належним, конфлікт між власними інтересами та новими верствами та групами, що вимагають своєї частки влади, багатства та статусу, дали плід для життєздатності; зауважимо, наприклад, контраст між «замороженим світом» середньовіччя та сплеском творчості, що супроводжував відлигу, що настала з цивілізацією Відродження. Це, по суті, застосування теорії свідомості та думки Джона Дьюї, що виникає внаслідок перешкод для взаємодії груп.

Отже, конфлікт, хоча очевидно дисфункціональний для високораціоналізованих систем, насправді може мати важливі приховані функціональні наслідки. Шляхом атаки та подолання опору інноваціям і змінам, що завжди загрожує бюрократичному керівнику, конфлікт може допомогти переконатись, що система не заважає рутинному режиму звикання. Джерела та частота суперечливої поведінки в кожному конкретна система варіюється залежно від типу структури, структури соціальної мобільності, приписування та досягнення статусу та розподілу дефіцит влади і багатства, а також ступінь, в якій певна форма розподіл влади, ресурсів і статусу приймається компонентом актори в різних підсистемах. Але якщо в будь-якій соціальній структурі існує надлишок претендентів над можливостями для адекватних винагорода, виникає напруга і конфлікт. Чим гостріший конфлікт, тим відповідно більш чіткі межі має кожна конфліктна група. Чим гостріший

конфлікт, тим більше він зміцнює структурну і ідеологічну солідарність членів відповідних конфліктних груп. [3]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гришина Н. В. Причины конфлікту / Н. В. Гришина // Психологія конфлікту / Н. В. Гришина. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – (Друге видання). – С. 65–73.
2. Дмитрієв А. В. Соціальний конфлікт: спільне і особливе [Електронний ресурс] / А. В. Дмитрієв. – 2002. – Режим доступу до ресурсу: https://studme.org/13805/sotsiologiya/funktsii_sotsialnogo_konflikta.
3. Lewis A. Coser A. B. Social Conflict and the Theory of Social Change [Електронний ресурс] / А. В. Lewis A. Coser // The British Journal of Sociology, Vol. 8, No. 3. (Sep., 1957), pp. 197-207.. – 1957. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.csun.edu/~snk1966/Lewis%20A%20Coser%20Social%20Conflict%20and%20the%20Theory%20of%20Social%20Change.pdf>.

Movchan Polina

student of the third year,
Faculty of International economics
*State University «Kyiv National Economic
University named after Vadim Hetman», Ukraine,*

Artemenko Svitlana

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor,
Faculty of Personnel Management,
Sociology and Psychology
*State University «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman», Ukraine*

THE ROLE OF SOCIOLOGICAL SCIENCE IN THE FORMING OF SOCIALLY ORIENTED BUSINESS MODEL

In the conditions of the increasing the current globalization tendencies there is a strong necessity for the decision of a common ecological problems of humanity and the harmonization of interactions between nature and society in general. Not the least role in this issue is played by forming of an individual sociological style of thinking by innovative means of sociological science. This in turn leads to the formation of socially responsible business aimed at protecting workers and vulnerable segments of the population, solving a number of actual social problems.

It should be highlighted that nowadays we cannot imagine a world without a variety of economic terms and theories of management and marketing, and certainly without the society that

uses all this huge amount of economic approaches and tools. Everyone knows that the success of any business depends on the right strategy of the development of a successful business idea and the quality of its implementation. From this perspective it is important to have a profound understanding of why do businessmen need sociologists and what are the advantages for sociologists to have socially responsible entrepreneurs.

First of all it is necessary to realize that every successful business model determines a deep understanding of people in general: their social interests, motives of actions, needs and values, etc. In this case sociology as a science provides an appropriate education necessary for managers for better understanding the needs of their employees and clients. Thus the studying of sociology promotes to develop analytical, critical thinking and different kinds of abilities connected with in-depth comprehension of society.

Moreover, sociologists analyze qualitative and quantitative data to determine the effect of phenomena on the population. For example, a sociologist can detect the impact of the epidemic on family relationships, as it is happening in the world nowadays. For example, it is known that after the implementation of quarantine during the pandemic situation of COVID-19, the police in France, China and Turkey recorded an increase in the number of complaints of domestic violence, while sociologists had an opportunity to relate these two phenomena. Sociological approach will help to research market data and ultimately draw conclusions from these data in business.

In addition, sociological knowledge gives business leaders and HR managers an advantage during working experience with employees in the workplace. Sociological knowledge determines a profound understanding of cultural, demographic religious and social aspects of business establishment. In future it will help to avoid alienation of employees or damage to the loyalty of the company in general.

Also, acquiring sociological knowledge is necessary for the development of socially responsible business leaders and forming such phenomena as Corporate Social Responsibility (CSR). This can be determined as a self-regulating business model that helps a company be socially accountable to itself, its stakeholders, and the public. By practicing corporate social responsibility, also called corporate citizenship, companies can be conscious of the kind of impact they are having on all aspects of society, including economic, social, and environmental. To engage in CSR means that, in the ordinary course of business, a company is operating in ways that enhance society and the environment, instead of contributing negatively to them [1]. International companies are committed to social responsibility in order to improve their reputation, become more competitive and gain political benefits and some degree of control over society. However, in the post-Soviet countries, enterprises are turning social investment into informal privileges granted to them by the state. We all take in that each business seeks to maximize its profits, and Corporate

Social Responsibility (CSR), it would seem, contradicts this logic, selecting some of the company's resources. However, large companies usually donate 1% or 2% of their net profit to charity [2].

At first glance, it might seem counterintuitive to donate such a large percentage of net profit to charity. However, it must be pointed out that according to some experts, the long-term survival of a business as an institution depends on whether it meets the expectations of the company, otherwise the company may refuse the corporation's right to exist, since then other institutions will meet the expectations of the company. In addition, it should be noted that companies appear and operate in a specific institutional environment and must follow the rules, which should be recognized by their main stakeholders as legal. For example, the government is the most important stakeholder setting formal and informal rules of the game and enforcing compliance.

All things considered, we may obviously confirm that such sphere of professional activity as sociology and the development of socially oriented business must be closely intertwined. In particular, it is known that sociology is the scientific study of social life, social changes, social causes and consequences of human behavior. Thus in the conditions of globalization modern business sector requires a constant monitoring and statistics of social needs and interests of all members of business enterprise, its social impacts on environment, affects and contribution on the future generation as a whole.

LIST OF USED RESOURCES:

1. Sociological research. Electronic resource. – Mode of access: <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>.

2. Sociological research. Electronic resource. – Mode of access: <https://www.fastcompany.com/90233934/big-companies-donate-a-small-percentage-of-their-income-than-regular-people>.

Недоступ Валерія

студентка III курсу факультету психології, історії та соціології
Херсонський державний університет, Україна

РОЛЬ ІНСТИТУТУ СОЦІОЛОГІЇ НАН УКРАЇНИ У РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗНАННЯ

На теренах України процес становлення соціології як самостійної науки розпочався наприкінці XIX століття. Українські вчені М. Драгоманов, С. Подолинський, І. Франко, В. Липинський, Б. Кістяківський, М. Грушевський відкривали гуртки та школи, читали лекції з соціології, у своїх публіцистичних і наукових роботах зверталися до ідей і теорій класиків

світової соціології – М. Вебера, В. Парето, Е. Дюркгейма, мали безпосередні наукові і дружні контакти з провідними європейськими соціологами того часу [1].

Проте процес інституалізації української соціології розпочався лише у 60-тих роках ХХ століття. Так за ініціативою директора Інституту філософії АН УРСР академіка П. В. Копніна у 1968 році був створений відділ методології, методики і техніки соціологічних досліджень, який очолив філософ М. В. Попович. Поступово приєднуючи до свого складу інші підрозділи, відділ у 1983 році трансформувався у Відділення соціології Інституту філософії, яким протягом п'яти років керував В. П. Черноволенко.

5 жовтня 1990 року базі цього Відділення відповідно до розпорядження Ради Міністрів УРСР та постановою Президії АН УРСР було створено Інститут соціології АН УРСР, першим директором якого був академік Ю. М. Пахомов. З липня 1992 року Інститут очолює професор, академік НАН України В. М. Ворона [2]. Власне поява Інституту соціології закріпила за соціологією статус самостійної науки в Україні.

Активний етап становлення Інституту соціології збігся зі складним процесом зміни одного типу суспільства іншим. Розпад Радянського Союзу і здобуття Україною незалежності сприяли оновленню соціологічного мислення, визнанню багатогранності соціального знання. По-перше, перед вітчизняними науковцями відкрилися унікальні можливості безпосереднього спостереження за трансформаціями в суспільстві і фіксації їх. По-друге, змінився теоретичний контекст, в якому працювали соціологи, у науковий обіг увійшли ідеї представників різних соціологічних напрямів, стали доступними доробки світової соціології. Оновлення соціологічного знання супроводжувалося збільшенням міждисциплінарних соціологічних досліджень. З'явилася можливість вивчати процес соціальних трансформацій не тільки як зіткнення інтересів великих соціальних груп, що традиційно розглядалися в соціології в якості головних суб'єктів соціальних перетворень, а й як особистісних проблем, коли предметом дослідження є вплив індивідуальних суб'єктів на оновлення соціальної системи.

Сьогодні структуру ІС складають такі наукові підрозділи [3]:

- Відділ історії та теорії соціології
- Відділ методології та методів соціології
- Відділ соціальних структур
- Відділ економічної соціології
- Відділ соціальної експертизи
- Відділ соціальної психології
- Відділ соціально-політичних процесів

– Відділ соціології культури та масової комунікації

Від самого початку заснування і до сьогодні наукові школи, які працюють у межах спільного кола дослідницьких проблем, Інституту соціології НАН України вирішують такі основні взаємозалежні наукові завдання, як:

- 1) розвиток нових теоретико-методологічних основ сучасного українського суспільства;
- 2) досягнення рівня світових стандартів в емпіричних соціологічних дослідженнях;
- 3) реалізація прикладної функції соціології, тобто її вчасне реагування на поточні запити і актуальні соціальні проблеми суспільства.

Окрім цього, важливим напрямом діяльності Інституту соціології НАН України є відтворення вітчизняного соціологічного наукового співтовариства. Інститут соціології спільно з іншими освітніми установами вносять вагомий вклад у підготовку вітчизняних соціологічних кадрів. Крім аспірантури, докторантури та спеціалізованої вченої ради по захисту докторських і кандидатських дисертацій в Інституті соціології НАН України з 2000 року функціонує Вища школа соціології.

Функціями Вищої школи соціології є:

- консультування вступників до аспірантури/докторантури;
- підготовка наукових публікацій, доповідей, статей тощо;
- допомога під час підготовки до складання кандидатських іспитів із соціології;
- можливість професійного стажування у науково-дослідницьких відділах Інституту;
- проведення майстер-класів, що дозволяють у неформальній обстановці узагальнити багатий практичний досвід [4].

Узагальнюючи все вищезазначене можна констатувати, що Інститут соціології НАН України є продовжувачем традицій розвитку української соціологічної науки, що виникла у 80-ті роки XIX століття. Інститут пройшов складний шлях розвитку і становлення і сьогодні є провідною установою України у галузі соціології. Коло наукових інтересів дослідників дуже широке і охоплює практично увесь спектр соціальних процесів, що відбуваються в українському соціумі, що дає змогу миттєво реагувати на зміни у структурі суспільства та його запитах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціологічна думка України: Навч. посібник /М. В. Захарченко, В. Ф. Бурлачук, М. О. Молчанов та ін. – К.: Заповіт, 1996. – 424 с.
2. <http://i-soc.com.ua>
3. <https://i-soc.com.ua/ua/institute/dep/>
4. <https://i-soc.com.ua/ua/highschool/>

Огірняк Юліанія

студентка 3-го курсу факультету управління
персоналом, соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна,*

Артеменко Світлана

кандидат соціологічних наук, доцент,
факультет управління персоналом, соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В.Гетьмана», Україна*

СОЦІАЛЬНА МІМІКРІЯ: ЗА І ПРОТИ

На сучасному етапі розвитку людства досить актуальним питанням виступає розуміння особливостей пристосування особистості до соціального середовища в умовах глобальних викликів сучасності. Зокрема, в соціологічній науці актуалізується потреба у поглибленому вивченні проблематики такого способу адаптивної поведінки індивідів, як соціальна мімікрія; у дослідженні її позитивних та негативних наслідків для життєдіяльності особистості у суспільстві постмодерну загалом.

Відзначимо, що науковий інтерес до вивчення феномену соціальної мімікрії, іншими словами, до проблематики соціального наслідування, маскуванню, імітації тощо виник досить давно. При цьому в науковій думці сьогодення сформувалося переконливе твердження про те, що соціальна мімікрія існує у всіх суспільствах і є специфічним соціальним явищем організації та виживання важливих видів діяльності індивідів. В цьому контексті соціальну мімікрію слід розглядати як адаптивну поведінку соціальних суб'єктів, в умовах їх несприйняття домінантної системи норм і цінностей, які існують в суспільстві, в яке індивіди намагаються інтегруватися, тоді, коли вони приховують свої особисті ціннісні норми, бажання, потреби для того, щоб вижити або досягти бажаних цілей та успіху [1]. Очевидно, що такий підхід до трактування поняття соціальної мімікрії зумовлює усвідомлення негативних аспектів щодо проявів цього феномену у сучасному соціумі. Насамперед це визначається тим, що особистості властива здатність використовувати різні способи пристосування до вимог суспільства. Зокрема, це передбачає різні форми маскуванню поведінки індивідів з метою отримання власної вигоди, наприклад, шляхом приховування своїх справжніх намірів тощо. Такий спосіб поведінки зумовлює індивідів покращувати умови своєї життєдіяльності, що найчастіше передбачає вибір аморальних засобів реалізації бажаних результатів. Крім того, за цих умов соціальна мімікрія здатна

призводити до втрати самоідентифікації особистості, засвоєнню невластивих для неї цінностей, норм, зразків поведінки і т. д., що загрожує виникненню різних соціально-психологічних проблем в майбутньому.

Розглянемо також і деякі позитивні аспекти феномену соціальної мімікрії. Підкреслимо, що процес втілення мімікріантами імітаційних моделей поведінки, систем цінностей-норм здійснюється завдяки соціальній ролі-масці та імітаційній рольовій грі. Поняття “соціальна роль” було вперше введено в науковий обіг на початку ХХ ст. у наукових роботах Е.Дюркгейма, М.Вебера, Т.Парсонса тощо. Визначення соціальної ролі у функціональному розумінні здійснив Р.Лінтон, використовуючи поняття статусних позицій, прав та обов’язків особистості. В інтеракціоністському розумінні розглядаються конвенційні та міжособистісні ролі, де перші являють собою передбачувальні зразки поведінки, що їх очікують і вимагають від суб’єкта у відповідній ситуації, а інші визначаються взаємодією людини з собі подібними. Кожен грає якусь роль і тому саме роль, а не людина, є тією одиницею, що потребує вивчення і дослідження (Т.Шибутані) [1]. Такий підхід зумовлює ставлення до феномену соціальної мімікрії, як до свого роду захисного механізму, актуалізація чинників якого для особистості відбувається в умовах кризових станів суспільства, складної соціально-економічної, політичної тощо ситуації, різного роду соціальних конфліктів, трансформаціях соціуму. Тобто в умовах обмеженої кількості часу та необхідності швидкого пристосування до ситуацій соціальної невизначеності й турбулентності. В цьому аспекті позитивним проявами соціальної мімікрії має виступати не тільки адаптація індивіда до умов оточуючого середовища. Зростаючі випадки соціальної мімікрії повинні сприяти усвідомленню індивідами свого місця та призначення у сучасному соціумі, сукупності ролей, прав та обов’язків, які вони мають повноцінно реалізовувати в умовах глобальних викликів сучасності, соціальної напруги й обмеженого доступу до дефіцитних соціальних ресурсів.

Соціальна мімікрія має виступати засобом не пасивної адаптації індивіда до соціальної реальності, негативними наслідками якої виступає соціальна аномія, різні форми порушень в ціннісно-нормативній системі суспільства, девіантна поведінки особистості [2]. З позитивного боку соціальна мімікрія має стати ефективним інструментом активної соціальної адаптації індивідів, бути спрямованою на трансформацію їх свідомості [3, с. 27], перехід на якісно новий рівень мислення та культури, що сприятиме покращення якості життя, особистісному вдосконаленню й саморозвитку, гармонізації суспільних відносин загалом.

Перспективи подальших наукових досліджень авторів мають здійснюватися у царині поглибленого дослідження позитивних аспектів соціальної мімікрії в умовах пандемії

Covid-19, вивчення проявів цього феномену для розвитку та становлення сучасної молоді у вітчизняному соціумі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лобанова А.С. Феномен соціальної мімікрії. – К.: Інститут соціології НАН України, 2004. – 300 с.
2. Самоактуалізація і адаптація: від конфронтації до кооперації [Текст] : монографія / Євген Карпенко. - Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2013. - 271 с.
3. Холод О.М. Гіпермаркет свідомості і масмедіа: монографія / Холод О.М. – У 2-х т. – Т. 1 : Трансформація свідомості. – К. : КНУКІМ, 2013. – 250 с.

Параскун Олександр

студент III курсу факультету історії, права,
публічного управління та адміністрування
*Вінницький державний педагогічний університет
імені М. Коцюбинського, Україна*

НАДАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ ОРГАНАМИ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ УКРАЇНИ

Стратегія розвитку держави можлива за умови спроможності системи державного управління швидко та ефективно реагувати на зміни у суспільстві на глобальному рівні, переформувувати зміст державно-управлінських відносин залежно від потреб громадян. Це у свою чергу, вимагає пристосування структур, роботи та оперативних завдань до механізмів цих змін, до яких від кінця минулого століття належить і сфера управлінських послуг, що здатна забезпечити стійкість системи державно-управлінських відносин.

Основний напрям удосконалення управлінської діяльності в органах державної влади і органах місцевого самоврядування на сучасному етапі, її подальша демократизація і раціоналізація та забезпечення на цій основі результативності і ефективності функціонування системи публічної влади передбачає:

- запровадження дієвих механізмів залучення громадян до вироблення, реалізації і контролю публічної політики;
- забезпечення прозорості і відкритості діяльності органів влади;
- тісну взаємодію органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування з бізнесом і громадським сектором на засадах партнерства;
- переорієнтацію на управління за цілями (за кінцевим результатом) і надання – послуг, оцінювання діяльності за критеріями результативності і соціальної ефективності;

- впровадження інформаційних технологій і розбудову системи електронного урядування;
- раціоналізацію організаційно-функціональної структури органів влади;
- налагодження чіткої взаємодії по горизонталі і вертикалі в системі публічного адміністрування;
- утвердження наукових засад у практиці управлінської діяльності публічної влади [1].

Поняття «адміністративні послуги» та «управлінські послуги» спочатку ототожнювалися, при чому використовувалася категорія «управлінські послуги». Пізніше деякі науковці переглянули цю позицію та обґрунтовували необхідність використання терміна «адміністративні послуги» як складову «державних» та «муніципальних» послуг. Першим нормативно-правовим актом, у якому було вжите поняття послуг, що надаються органами виконавчої влади, був Указ Президента України «Про заходи щодо впровадження Концепції адміністративної реформи в Україні» № 810 / 98 від 22.07.1998 р.».

У Концепції адміністративної реформи наголошується, що за своїм змістом функції публічної влади мають бути спрямовані на надання державних, адміністративних і громадських послуг. Концепція наголошує на необхідності трансформації місцевого самоврядування, яка має спиратись на національний досвід та світову, насамперед європейську практику. У зазначеній Концепції паралельно, без суттєвої різниці, вживаються терміни «державні послуги», «управлінські послуги». Ці послуги почасти трактують одним поняттям – «державно-управлінські». Поряд з цим, Концепція виділяє «громадські послуги», які, згідно з термінологічним словником наведеного в Концепції, розуміються як послуги (муніципальні), що надаються територіальній громаді, громадянам з метою задоволення їх потреб органами місцевого самоврядування [3, с. 29].

На думку О. Карпенка, сучасне розуміння управлінських послуг охоплює всі види діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, які здійснюються в інтересах як окремого громадянина, так і суспільства загалом. Державно-управлінські послуги потрібно розглядати як функцію сучасної сервісної держави, оскільки їх надання зумовлене повноваженнями конкретного органу влади, до компетенції якого вони належать [2, с. 102].

Реформа управлінських послуг – одна з найбільш системних та послідовних реформ в Україні. Що в наших реаліях, як правило, рідкість. Її концепція була розроблена в 2006 році, а перший ЦНАП утворено в 2008. Це сталося ще задовго до ухвалення Закону про адміністративні послуги (2012 рік), яким регламентується ця сфера на сьогоднішній день.

Зараз розвиток системи надання адміністративних в Україні переживає свій четвертий етап впровадження і, на думку експертів, потребує вдосконалення за окремими напрямками. На перший план виходять дерегуляція, діджиталізація та передача повноважень місцевим органам самоврядування.

Сьогодні в країнах Європи управлінські послуги як платформа взаємодії держави та органів місцевого самоврядування з населенням набувають якісного нового змісту: громадянин все більшою мірою починає розглядатися як клієнт і споживач послуг, що надаються відповідними установами, у зв'язку з чим їх діяльність аналізується крізь призму задоволення потреб та конкретних запитів споживача.

Сучасний стан надання управлінських послуг в Україні свідчить про обумовленість удосконалення окремих напрямів сервісної діяльності органів публічної адміністрації. До відповідних напрямів, на нашу думку, належать:

- перше: взаємодія та координація органів виконавчої влади та місцевого самоврядування щодо втілення принципу «єдиного вікна»;
- друге: делегування повноважень від місцевих органів виконавчої влади місцевому самоврядуванню щодо здійснення реєстраційних процедур (за винятком реєстрації нормативно-правових актів);
- третє: розширення можливостей надання адміністративних послуг он-лайн за рахунок розробки єдиного електронного цифрового підпису для органів всіх органів публічної адміністрації;
- четверте, забезпечення організації функціонування мобільних транспортно-модульних груп у сільській важкодоступній місцевості. [5].

Висновок. Таким чином, ефективність надання управлінських послуг місцевими органами влади можна представити як дієвість, результативність у досягненні поставлених цілей щодо задоволення нужд і потреб місцевого населення. З огляду на це метою роботи місцевих органів влади має бути забезпечення безперервного вдосконалення надання послуг населенню.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вдосконалення механізму надання адміністративних послуг у контексті взаємодії органів публічної влади з громадою. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_43/fail/28.pdf.
2. Карпенко О. В. Управлінські послуги в Україні: механізми надання органами влади [Текст] / О. В. Карпенко. – К.: АМУ, 2014. 408 с.
3. Концепція «Адміністративні послуги – нова якість держави» (проект) // Реформування основних адміністративно-правових інститутів: проблеми теорії і практики: Матер. семінару. – Центр політико-правових реформ. – 28 листопада 2003 р. 58 с.
4. Зміни, які підвищують якість державного сервісу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/columns/12264>.

5. Якість надання управлінських послуг як чинник ефективності місцевого управління. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=DeBu_2011_2_37.

Полякова Аліна

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

Горбова Юлія

к.соц.н., директор науково-дослідного
Інституту соціологічних досліджень
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені В. Гетьмана», Україна*

ВПЛИВ COVID-19 НА СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ В УКРАЇНІ

Пандемія COVID-19 – перший в новітній історії випадок, коли суто біологічний чинник набув практично самостійного життя у соціальній площині та виявив надпотужну дієвість у впливі на політико-правову, соціально-економічну сфери, міждержавні стосунки та інші сфери людського життя. Коронавірус привернув увагу багатьох і особливо вразливих груп населення – тих, хто і в «звичайний» час потребує більшої підтримки, а також до працівників тих професій, без яких суспільство не зможе функціонувати – водіїв, лікарів, вчителів і багатьох інших. Серед них і соціальні працівники [1].

Пандемія підтвердила загальний тренд останніх десятиліть до зростання непрогнозованості загроз та невизначеності їх впливів, що робить неприйнятним стандартний підхід до безпеки як захищеності від набору конкретних заздалегідь визначених загроз. Тому на сучасному етапі розвитку соціології дана тема є актуальною та затребуваною.

Наразі є певні ускладнення при дослідженні сфери соціального захисту, вони стосуються карантинних обмежень, що були запроваджені по всій країні у зв'язку з поширенням хвороби COVID-19. Дані обмеження стосуються досвіду отримання соціальних послуг, адже в період найбільш суворих карантинних обмежень, соціальні служби та адміністративні надавачі послуг були переведені в режим обмежений режим

роботи: безпосереднє надання послуг в очному порядку на певний час було припинене, фахівці служб працювали в безконтактному режимі.

Для вивчення теми впливу пандемії на соціальний захист я розглядала матеріали Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) – міжнародної організації ООН. Незважаючи на високий ступінь невизначеності, ЮНІСЕФ у своєму звіті подали перші прогнози впливу COVID-19 на бідність найбільш уразливих категорій населення України, в акценті на вразливих дітей та вразливих сімей [2].

Головною метою вивчення даної теми є виявлення впливу COVID-19 на соціальний захист в Україні, зокрема на сімей з дітьми. Перейдемо до основних результатів цього дослідження.

1. Діти зазнають непропорційно сильного впливу кризи – близько половини (49,9%) домогосподарств із дітьми до кризи живуть за межею бідності. Карантин спричиняє на них багатовимірний вплив, а економічний спад призведе до різкого збільшення масштабів, якщо не вжити невідкладних заходів.

2. Послідовне застосування заходів соціального захисту не тільки дозволять пом'якшити вплив кризи на вразливі сім'ї з дітьми, а й значною мірою сприятиме прискореному економічному відновленню. Ці заходи слід ретельно узгодити з пріоритетами та строками реалізації більш масштабних антикризових заходів, особливо спрямованих на забезпечення макроекономічної стабільності.

3. Тільки грошових виплат, навіть ідеально розрахованих, буде не достатньо. Рішенням є поєднання грошових виплат із механізмами комплексних послуг соціального захисту на місцевому рівні.

4. Для України період очікуваного економічного спаду надає можливість для послідовної перебудови її системи соціального захисту. Якщо цим шансом не скористатися, реформування вкрай політизованої та надмірно орієнтованої на певні категорії система соціального захисту може ускладнитися. Наразі відволікання таких потрібних ресурсів від найбільш нужденних становитиме загрозу соціальній безпеці держави. За умови належного розроблення, застосування і висвітлення запропонованих заходів можливо досягти кращих результатів із такими самими, якщо не меншими, бюджетними ресурсами.

5. «Вплив на бідність дітей, за оцінками, буде ще відчутнішим: за менш загрозливим сценарієм рівень бідності дітей за абсолютним критерієм, очікується, зросте з 32,9% до 51,3%, а за більш загрозливим сценарієм – до 58,5%», – проаналізувавши повідомлення Юнісефу [3].

Таким чином, заходи соціального захисту, спрямовані на пом'якшення наслідків COVID-19, повинні мати комплексний характер і передбачати використання інструментів і програм, які зараз є у розпорядженні Міністерства соціальної політики та інших профільних міністерств. Замість того, щоб застосовувати підхід, оснований на категоріях, необхідно використати комбінацію кількох інструментів і програм, як універсальних, так і адресних, для охоплення найбільш уразливих категорій (наприклад, допомоги у зв'язку з народженням дитини, допомоги малозабезпеченим, допомоги багатодітним сім'ям, допомоги самотнім батькам).

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА:

1. Юнісеф. Пом'якшення негативного впливу наслідків пандемії COVID-19 на вразливих дітей та вразливі сім'ї: рекомендовані заходи соціального захисту [Електронний ресурс] / Юнісеф – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unicef.org/ukraine/media/4931/file/SP%20Analytical%20note,%20Ukrainian.pdf>.

2. Профспілка працівників освіти і науки України. Боротьба з COVID-19 в Україні: ЮНІСЕФ подали початкові оцінки впливу на бідність [Електронний ресурс] / Профспілка працівників освіти і науки України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://pon.org.ua/novyny/7908-borotba-z-covid-19-v-ukrayin-yunsef-podali-pochatkov-osnki-vplivu-na-bdnst.html>.

3. Юнісеф. Боротьба з COVID-19 в Україні: початкові оцінки впливу на бідність [Електронний ресурс] / Юнісеф. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.unicef.org/ukraine/media/5811/file/COVID%20impact%20on%20poverty%20ukr.pdf>.

Принцевська Анастасія

студентка 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

КВАЛІМЕТРИЧНІ МЕТОДИ В ОЦІНЮВАННІ ДІЯЛЬНОСТІ

РЕКРУТИНГОВИХ АГЕНЦІЙ

В сучасних умовах економіки, які характеризуються невизначеністю, ризикованістю, динамічністю, а також підвищенням інтенсивності конкурентної боротьби, стратегія управління трудовими ресурсами стає однією з головних, не стільки через логіку планованого стратегічного розвитку, а все частіше як єдиний реально можливий стратегічний фактор. Тобто трудові ресурси виступають основою забезпечення конкурентоспроможності будь-якої компанії та передумовою формування успішного менеджменту в умовах існуючих вимог забезпечення розвитку підприємств. Очевидно, інформація є найціннішим ресурсом для реалізації процесу пошуку персоналу. Найбільш

простий шлях для отримання необхідної інформації стосовно найму персоналу полягає у зверненні компаній до рекрутингових агенцій.

Зростаюча глобалізація ринку у поєднанні з дедалі зростаючим дефіцитом кваліфікованих кадрів та досягненнями в галузі технологій призвели до масштабних змін у практиці набору персоналу. Процес набору в організацію сьогодні може бути організований різними засобами. Це може бути скоординовано власноруч або зовнішнім кадровим агентством. Менша організація може мати обмежений персонал або бюджет для здійснення власних функцій найму. Організації з низьким рівнем обороту можуть також віддавати перевагу використанню зовнішніх кадрових агентств, оскільки вони не мають власної функції рекрутингу. Багато організацій перейшли на аутсорсинг усіх своїх непрофільних видів діяльності. Рекрутингова галузь готується до цих змін шляхом розробки стратегічних альянсів та глобального партнерства для забезпечення доступу до найкращих кандидатів. Маємо констатувати, що кількість зовнішніх кадрових агентств зростає. Можливість міжнародного набору персоналу стала величезним розвитком для організацій, які користуються цими послугами. Деякі агентства надають повномасштабні послуги з підбору персоналу, починаючи від виявлення потреб у підборі персоналу до реклами для претендентів.

Рекрутинг являє собою процес взаємопов'язаних заходів із найму, відбору, добору, оцінки, розстановки та адаптації кадрів на вакантні посади задля максимальної реалізації бажань як працівника, так і підприємства. Це процес, помилки й неточності в якому здатні відобразитися на кадровій безпеці підприємства в цілому і похитнути її. Процес рекрутингу здійснюється у кілька важливих етапів: отримання рекрутером замовлення; аналіз кадрового ринку; пошук потенційних працівників; набір, відсіювання та безпосередній відбір кандидатів [1; с. 132].

Ефективний процес найму може стати затратним, але є необхідним для багатьох компаній. За допомогою різних методів менеджери сподіваються залучити кваліфікованих людей, які залишаться в компанії та будуть якісно виконувати свою роботу. З цієї причини використання найефективніших методів рекрутування є надзвичайно важливим. Кадрові агентства можуть набирати кандидатів за допомогою кількох методів, таких як реклама в газетах, Інтернет-портали працевлаштування, власні веб-сайти, співбесіди тощо.

На наше переконання, прогресивним кроком в соціально-економічних системах, що сприяє підвищенню їх якості, є використання кваліметрії. Кваліметричний підхід (з латин. «квалі» – якість та давньогрецьк. «метрію» – вимірювати) передбачає кількісний підхід до опису якостей об'єкта. Кваліметрія, як наукова галузь, вивчає методологію й проблематику комплексних кількісних оцінок якостей предметів чи процесів [2; с. 3].

Ефективна діяльність рекрутингових агенцій передбачає певний набір характеристик, що дозволять залучати велику кількість кваліфікованих претендентів на роботу, з точки зору їх професійного досвіду. Отже, кадрові агентства виступають для компаній певним засобом, за допомогою якого шукачі роботи дізнаються про вакансії організації, і фактично залучають кандидатів на роботу.

Однією з причин того, що рекрутингові агенції відрізняються за ефективністю, є те, що вони надають клієнтам різний обсяг інформації. Кількість інформації відіграє важливу роль, оскільки повідомлення про набір персоналу та матеріали, які надають більше інформації про вакансію та характеристики організації, повинні позитивно впливати на залучення претендентів до організації. Таким чином, потенційні кандидати мають змогу оцінити індивідуальний ступінь придатності для вакансії через обсяг і повноту інформації про необхідні навички та вміння, що надає кадрове агентство. Завдяки цьому некваліфіковані кандидати можуть не претендувати на вакансію, а компанія-замовник буде задоволена підбором кваліфікованих працівників.

Окрім обсягу інформації важливою умовою є також якість інформації, яку надають рекрутингові агенції. Їх вакансії повинні передавати відповідну інформацію про організаційну культуру та структуру компанії, оплату праці, можливості навчання та розвитку, рівень безпеки та характеристики обов'язків. Кандидати, які не мають належної кваліфікації, знань, умінь та навичок, можуть подавати заявки на вакансії в результаті неінформативних оголошень рекрутингових агенцій, що зменшує ефективність їх роботи в цілому. Отже, агенції, які надають більш повну інформацію щодо вакансій залучатимуть кандидатів, які мають кращу кваліфікацію та більший кваліфікаційний досвід.

Більш детальний опис вакансії може забезпечити шукачів роботи достатній рівень для безпосередньої обробки інформації про організацію та переконати претендентів сформуванню сприятливого уявлення про те, що організація може запропонувати потенційним працівникам, а також зробити висновки про їх відповідність організації та її культурі. Тому більш конкретна інформація, представлена рекрутинговими агенціями, дозволить ефективно залучити більшу кількість необхідних кандидатів.

Отже, інформативність вакансій кадрових агенцій можна вимірювати за допомогою прохання рекрутерів організації оцінювати інформативність їх вакансій за п'ятибальною шкалою Лайкерта (1 – малоінформативно, 5 – дуже інформативно).

Таке оцінювання може допомогти визначити високоефективні рекрутингові агенції з точки зору характеристик обсягу інформації, інформативності та конкретності їх вакансій. Таким чином, чим ефективніші агенції, тим більш кваліфіковані їх кандидати. Оскільки кваліфіковані кандидати з відповідними знаннями, вміннями, навичками та цінностями

подаватимуть заявки через ті агенції, що даватимуть їм надійну інформацію про вакансії, включаючи вимоги до роботи та вимоги, які потрібно виконати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лисак В. Ю. Суть та значення рекрутингу в системі управління персоналом підприємства / В.Ю. Лисак, В.М. Семендяк // Приазовський економічний вісник. – 2019. – № 2(13). – С. 130– 134.
2. Єльнікова Г. В. Кваліметричний підхід до оцінки персоналу виробничого підприємства / Г. В. Єльнікова, Л. В. Горбенко // Адаптивне управління: теорія і практика. Економіка. – 2018. – Вип. 5. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/admthp_2018_5_15

Приходько Тетяна

студентка II курсу факультету міжнародної торгівлі та права
*Київський національний торговельно-економічний
університет, Україна*

ПОВСЯКДЕННІСТЬ ЯК ПРОСТІР СУСПІЛЬНИХ ВІДНОСИН

Соціологію завжди цікавили макроструктури та похідні від них: суспільство, сім'я, держава, політика, норми та цінності. Всі ці структури стоять поза та над людиною, детермінуючи її поведінку. Повсякденність є предметом вивчення багатьох наукових дисциплін, соціологія не є винятком.

Наше буденне життя настільки спонтанне, природне, що ми не замислюємося над субстанціональною основою його існування. Сучасна соціологічна наука прагне розвиватися у двох напрямках, вивчаючи феномени макро- й мікрорівнів. Впродовж останнього часу в соціології зростає інтерес до явищ мікро-світу як повсякденного життя людей так і окремої особистості.

Соціологічні дослідження, що націлені на вивчення повсякденних сторін життя людей, передбачають включення вивчення життєвого світу, що постає своїми основними характеристиками - свідомістю людей, їх поведінкою (діяльністю) і середовищем [1], яке їх оточує. Інакше кажучи, сучасні підходи, що визначають предмет соціології, помітно зміщуються в напрямку людинознавства, до визнання того, що аналіз проблем життя людей все більше і більше стає об'єктом уваги соціології.

Повсякденність є однією з сфер буденного життя, яка включає в себе виняткову систему знань. Повсякденне життя- це життєвий процес з буденним побутом, справами й

зустрічами, проблемами й розмовами. У звичайному житті ми постійно співпрацюємо чи конкуруємо з людьми, погоджуємось чи сперечаємось, сміємося чи сумуємо разом з ними. Людина не може існувати без постійної взаємодії та спілкування з іншими. Світ, в якому ми живемо, є природнім, звичайним, зрозумілим, впорядкованим та спільним для всіх нас. Водночас ми об'єднані повсякденним знанням, яке ми розділяємо з іншими людьми у природньому та звичному для нас буденному устрої життя. Реальність сприймаємо, бо існує безперервна відповідність наших значень, значенням інших людей.

Пильний інтерес до дослідження повсякденності в соціально-гуманітарних науках з'явився в середині ХХ століття. Першими вченими, які побачили явище в рутині повсякденності, стали: І. Гофман та його драматургічна теорія, Г. Гарфінкель та його етнометодологія, Е. Гуссерль, А. Шюц, П.Бергер та Т.Лукман та їх феноменологічний підхід.

Всі ці підходи, зосереджуються на дослідженні щоденних взаємодій людей, однак є суттєві відмінності між ними. Вони користуються різною понятійною мовою, ґрунтуються на розрізних теоретичних передумовах, ставлять перед собою різні дослідницькі завдання, рекомендують абсолютно несхожі пояснення моделей щоденних ситуацій, буденних та звичних дій людей, звичних способів спілкування та способів життя. Дискусії щодо методології, котрі починалися ще за часів класичної соціології, – це, з одного боку, адаптування системи філософських категорій до професійних потреб соціологів, а з іншого – спосіб переведення соціально визначених потреб у систему понять, що відображають соціальне буття [2]. Подібні дискусії мають проходити далі, залучаючи відповідні поняття до пояснення соціальних структур, соціальних дій, соціальних комунікацій тощо, й єдино можливий засіб здійснення такої адаптації полягає у визнанні того, що науковий пошук і його результати завжди є соціально зумовлені [3].

Тому оскільки повсякденність є природньою, живою природньою вона реалізується через соціальну групу, через систему соціальних дій та соціальних комунікацій. Підтвердженням висновків та формулюванням основних принципів питання: «Чи впливає дистанційне навчання на повсякденне життя студентів?», - є проведене власне соціологічне дослідження на базі Київського національного торговельно-економічного університету (КНТЕУ).

Виходячи з аналізу відповідей респондентів можна зробити наступні висновки: повсякденне життя студентів КНТЕУ в умовах пандемії зазнало значних змін по відношенню до попередніх років. Сьогоднішні студенти вказали найбільш вагомими причини зміни буденного життя:

- через відсутність певної рутини їхнє життя стало менш стабільним;

- змінився розпорядок дня, з'явилися проблеми з розподілом часу;
- студенти стали менше приділяти часу побутовим справам та обов'язкам;
- більш пасивний спосіб життя, - не вистачає фізичного навантаження;
- неможливість повноцінно зосереджуватись на навчанні в домашній атмосфері.

Іншою групою запитань, були дослідження впливу дистанційного навчання на повсякденну взаємодію. Виходячи з відповідей респондентів, можна зробити наступний висновок - буденна взаємодія не зазнала значних змін. З причин, що впливають на повсякденну взаємодію виділяють наступні:

- зменшення зустрічей, збільшення часу спілкування онлайн;
- зменшення тем для розмови, через брак будь-яких подій в житті;
- хочеться бачити посмішки друзів, їхні емоції, енергію.

Повсякденність є специфічним предметом дослідження мікросоціології, який нерозривно пов'язаний з поняттям практики, взаємодії та соціокультурної організації повсякденного життя індивідів. Питання повсякденного життя тривалий час ігнорувались як ненаукові та малозначимі, але на сьогодні це знання міцно накладається на свідомість, оточуючи нас і пануючи над нами. На фоні повсякденності формуються всі сфери буденного життя та об'єднуються всі його елементи в цілісну структуру людської практики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шуст Н.Б. Інновації в освіті як необхідність. Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія: Юридичний вісник "Повітряне і космічне право". К.: НАУ, 2019. № 4(49). С.211-214.

2. Вахштайн В. Конец социологизма: перспективы социологии науки (стенограмма лекции, прочитанной 18 июня 2009 года рамках проекта «Публичные лекции Полит.ру». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.polit.ru/article/2009/08/06/videon_vahshtain/;3.

3. Яковенко Ю. І. Методологічна травма в соціологічних полях України/ Вісник Харківського національного університету. Випуск № 39.С. 9-27.

СОЦІОЛОГІЧНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НЕДЕРЖАВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Дослідження діяльності недержавних організацій (далі НДО) останні роки набули актуальності в Україні. Це пов'язано зі сталим ростом громадської активності загалом, а також з процесом її інституалізації. Громадяни виражають готовність долучитися до діяльності НДО особисто, залучати ресурси (фінансові, фізичні, матеріальні, інформаційні тощо), виступати партнерами тощо [1]. Об'єднання громадян, що утворюються задля вирішення різних суспільних проблем та конкретних задач на різних рівнях суспільної взаємодії, наразі утворили широку мережу. Організації громадянського суспільства, грантодавці, територіальні громади, органи державного управління та інші бенефіціари є невід'ємними її елементами.

Важливою частиною цієї взаємодії є соціальна відповідальність [2, с. 36]. Не останнім елементом спільної діяльності є довіра, яка, в свою чергу, будується на спільній звітності [3, с. 34]. Однак, для цілепобудови та аналізу перспектив розвитку організації цього недостатньо. Бенефіціари (не в останню чергу фінансові спонсори) мають розуміти, чи залучення ресурсів є ефективними відносно цілей, поставлених на етапі планування та реалізації проєктів. Задля ефективної спільної діяльності, яка приносить результат, необхідний моніторинг взаємодії всіх учасників діяльнісної мережі.

Для дослідження діяльності НДО можуть бути застосовані методи та інструментарій з різних сфер суспільних досліджень та наук. Соціологічні методи, в свою чергу, відрізняються комплексним підходом до дослідження. Класичні для соціології кількісні та якісні методи в свою чергу за дослідницької потреби можуть бути доповнені економічними, психологічними, оціночними (Evaluation) методами тощо.

На початку розробки стратегії дослідження важливо відрізнити діяльність організації та реалізацією її проєкту. Перша має складнішу діяльнісну структуру, мету, завдання, стратегію. Проєкт, в свою чергу, є тактичним елементом стратегії організації, має обмежене фінансування та строки реалізації, структура партнерства є специфічною відносно мети та задач, чітко визначена мережа бенефіціарів.

При плануванні дослідження необхідно визначити які діяльнісні та структурні елементи НДО необхідно дослідити. Це, в свою чергу, залежить від бачення замовника. Ним може виступати як сама організація, так і грантодавці. Останні частіше зацікавлені саме реалізацією проєкту та його результати, на яку виділені ресурси донора. Часові рамки та відкритість інформаційних ресурсів, або готовність організації їх надати, обмежують дослідників, проте і надає визначити обмеження результатів дослідження наприкінці.

Серед соціологічних методів дослідження діяльності НДО можна виділити наступні: аналіз документів, інтерв'ю (структуроване та напівструктуроване на різних етапах проведення), фокус-групове інтерв'ю, опитування.

Аналіз документів є важливою частиною дослідження діяльності організації. В залежності від побажань замовника та кадрового потенціалу дослідницької групи, фінансовий аналіз також може доповнити результати дослідження. Обов'язковою, на наш погляд, є робота із відкритими даними: річні звіти, проміжні звіти організації, інформаційні тексти на сайті організації та/або в соціальних мережах, в деяких випадках - листування організації з партнерами.

Інтерв'ю зі співробітниками чи активістами НДО дозволяє виявити проблемні моменти в діяльності організації, неформальні елементи діяльності організації, непрописані у документах, уточнити деталі та нюанси, недоступні через аналіз документів.

Фокус-групове інтерв'ю важливий метод в дослідження організації. Воно дозволяє в короткі проміжки часу обговорити із керівною групою чи бенефіціарами (отримувачами послуг, партнерами тощо) теми, важливі для проведення аналізу дослідження. Ергономічність фокус-групи є цінною якістю для дослідника. В період карантинних умов цей метод має низку обмежень, проте досі залишається дієвим при проведенні онлайн-інструментами.

Опитування доцільно проводити при необхідності отримати усереднену оцінку діяльності організації чи її елементів. Наразі популярними є онлайн-анкетування через розсилку електронною поштою або в соціальних мережах. Блоки закритих чи напівзакритих питань дає змогу респондентам кількісно оцінити ті чи інші елементи діяльності НДО. Доцільно використовувати опитування у вигляді анкетування для середніх та великих груп респондентів через часові обмеження дослідження та економією ресурсів дослідницької групи.

Суть НДО у їх відкритості до громадян та широкої залученості партнерів і бенефіціарів. Це є основними характерними відмінностями організації їх діяльності. Отже, дослідження діяльності НДО також має базуватись на доступності джерел інформації, звітності та можливості діалогу із усіма залученими суб'єктами взаємодії. Комплексність

соціологічних методів дає перевагу дослідникам у залученні до аналізу всіх джерел інформації та інформантів, а також наданні стратегічних і тактичних порад НДО для покращення їх діяльності. Якісно та професійно проведене дослідження діяльності НДО дозволяє не тільки точково підвищити організаційні можливості одного колективу, а й в перспективі укріпити інститут громадянського суспільства в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Залученість до громадської діяльності в Україні [Електронний ресурс]. – 26.08.2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://engage.org.ua/zaluchenist-do-gromadskoyi-diyalnosti-v-ukrayini/>.
2. Вітковська І. М. Соціальна відповідальність громадських організацій в Україні: сучасний стан / І. М. Вітковська. // Український соціум. – 2020. – №3 (74). – С. 35–43.
3. Криворучко Н. В. Співпраця органів місцевого самоврядування з громадськими, благодійними та релігійними організаціями у вирішенні соціальних проблем / Н. В. Криворучко, І. Ю. Суровцева. // Reporter of the Priazovskyi State Technical University. Section: Socially-humanitarian sciences and public administration. – 2020. – №5. – С. 30–35.

Стальмакова Світлана

студентка 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ КЛІМАТ КОЛЕКТИВУ - ОСНОВНИЙ РЕЗЕРВ ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Поведінка людини в колективі залежить не лише від її особистих якостей, значну роль також відіграє соціальне середовище, в якому реалізується трудова діяльність.

Слід зазначити, що процес формування особистості в колективі дуже складний та доволі тривалий процес, який вимагає колективних зусиль. Його ефективність залежить від рівня розвитку колективу та самого керівника. Також на одне із перших місць потрібно поставити морально-психологічний клімат, який не тільки формує безпосереднє ставлення оточуючих до тієї чи іншої людини, не тільки дає оцінку її діяльності, але і виступає певним механізмом зворотного зв'язку, який через морально-психологічну атмосферу впливає на кожного члена трудового колективу. Моральний клімат впливає на процес реалізації різноманітних відносин у колективі, які, зрештою, призведуть до тих чи інших змін у психологічному стані кожного його члена [1,с.99]. Виходячи із цього, соціально-психологічний клімат може бути чинником не тільки росту продуктивності праці,

мобілізації внутрішніх резервів трудового колективу, але й зміцнення трудової дисципліни. У колективі особистість отримує певну вагу, своє місце та призначення.

Б. Д. Паригін зазначає, що соціально-психологічний клімат - "один із вирішальних чинників успішної діяльності людини в усіх сферах життя суспільства". Соціально-психологічний клімат у колективі – це стійкий до фактору часу стан міжособистісних стосунків, що виявляється в сукупності психологічних умов і налаштувань, які безпосередньо сприяють або перешкоджають продуктивній діяльності колективу. Саме в цьому, з точки зору впливу на результативність та успішність, і полягає значущість соціально-психологічного клімату [2, с. 24-29].

Сприятливий соціально-психологічний клімат є умовою підвищення продуктивності праці, задоволеності колективом своєю працею. Він виступає як своєрідний підсумок систематичної психологічної роботи з членами групи, здійснення спеціальних заходів, спрямованих на організацію відносин між менеджерами і співробітниками. Створення та покращення соціально-психологічного клімату - це постійна робота менеджерів. Створення сприятливого клімату в групі - справа відповідальна та досить творча, вона потребує знань природи соціально-психологічного клімату, засобів регулювання, уміння передбачати можливі конфліктні ситуації у взаєминах членів колективу. Формування клімату звичайно передбачає глибоке розуміння психології людей. Знання особливостей індивідів та їхнього впливу на клімат колективу дозволяє на практиці здійснювати раціональний підбір кадрів, управління життєдіяльністю колективу і успішне вирішення конфліктів.

Соціально - психологічний клімат значно впливає на самопочуття членів колективу, на вироблення, прийняття и здійснення спільних рішень, вирішення спільних завдань, на досягнення ефективності діяльності; він проявляється в трудовій мотивації, спілкуванні працівників, їх міжособистісних зв'язках. У структурі соціально-психологічного клімату колективу виділяють три компоненти: морально-психологічна сумісність працівників, їх діловий настрій та соціальний оптимізм.

Багаточисленними дослідженнями було доведено, що спілкування людей в колективі між собою справляє значний вплив на якість індивідуальної діяльності. Наявність інших членів в колективі може як стимулювати, так і утруднювати роботу особистості. Але в умовах взаємодіючої групи, в умовах відносно стійкої системи спільної діяльності людей виникає нова якість, "колективна силова потенція", що призводить до підвищення продуктивності праці. Для досягнення таких результатів важлива комунікація та організація спільної діяльності, адже здійснюється інтеграція впливів на працівника як з боку керівника, так і з боку групи.

Отже, як висновок хочу зазначити, соціально-психологічний клімат будь-якого колективу впливає на успішну діяльність людини, адже в залежності від того, який саме психологічний клімат панує в колективі, залежить емоційний стан людини, а емоційний стан, в свою чергу, впливає на продуктивність праці. Від соціально-психологічного клімату залежить міра, яку особистість вносить у певну діяльність, характер її спрямованості та ефективність. Серед різноманітних факторів, що впливають на ефективність праці людини, найбільший емоційний вплив здатні спричиняти міжособистісні стосунки в колективі.

Таким чином, соціально-психологічний клімат можна розглядати як один з важливих факторів і резервів підвищення ефективності праці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лескова Л.Ф. Формування сприятливого соціально-психологічного клімату у колективі установи соціальної сфери / Л. Ф. Лескова // Молодий вчений. - 2017. - № 4. – с. 99.
2. Парыгин Б.Д. Социально-психологический климат коллектива: пути и методы изучения. - Л.: ЛГУ, 2001. - С. 24-29.

Стефанів Олександра

студентка IV курсу історичного факультету, кафедри соціології
*ДВНЗ «Львівський національний університет
імені Івана Франка», Україна*

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОГО ІНСТИТУТУ КУЛЬТУРИ ТА ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Засоби масової інформації, музеї та театри, книги, та міжособистісна чи міжгрупова комунікація, - практично кожен елемент нашого життя, є складовою культури. Проте, зазвичай, ми не задумуємось над тим, як культура дістає політичний контекст або впливає на становище країни у міжнародному середовищі. Все частіше та частіше у культурних складниках видніється політичний контекст. Політика стає складовою культури, адже у політичній діяльності є визначені цінності і зразки поведінки. Політичні та соціальні процеси можуть спричиняти чи випереджати культурне явище та навпаки.

Метою цієї статті є аналіз взаємозв'язку соціальних інститутів культури та політики та дослідження даного зв'язку на прикладі України; пошук впливу повсякденних практик на формування іміджу країн. Вважаємо, що дана тема є недостатньо висвітлена у науковому дискурсі, зокрема із точки зору соціології.

Е. Дюркгейм писав, що культура – це певна система ідеалів, норм та цінностей, які регулюють стосунки між людьми [4, с. 56]. Для У. Томаса культура – матеріальні та соціальні цінності [5, с. 860].

Дослідженням інституту культури займалися такі провідні науковці як П. Бурдь'є, Г. Зіммель, К. Маннгейм та інші, які зробили значний внесок у розвиток соціології культури. Серед вітчизняних науковців аналізом політичної культури займався О. Стегній, який досліджував методологію політичної культури та зазначив про відсутність домінуючої методології в західній соціології.

Якщо ж говорити безпосередньо про взаємозв'язок культури та політики, то дану проблематику вивчає російська дослідниця В. Абрамова. На її думку, у сучасному світі проблеми взаємодії культури та політики змінюються: у час активної комунікації, посилення взаємодії, обмінів у науці, культурі та цінностями. Суспільство ще не виробило тих механізмів, щоб реалізувати такий взаємозв'язок [3]. І ця концепція має сенс. Якщо порівнювати взаємозв'язок культури та політики у період сьогодення із періодом минулого століття, можна зробити висновок, що із доступом до інформації даний взаємозв'язок стає тіснішим.

Перш за все, при аналізі взаємозв'язку цих двох інститутів в Україні, варто розглянути таке явище, як культурна політика. У підручниках під культурною політикою розуміють заходи, які стосуються культури на місцевому, регіональному або міжнародному рівнях, зосереджені на культурі як такій, або призначені для здійснення безпосереднього впливу на окремих осіб, групи або суспільства, в тому числі на створення, виробництво, поширення та розподіл культурної діяльності, культурних товарів та послуг, а також доступ до них [7].

У статті культурна політика розглядається як низка інститутів та норм, які регулюють реалізацію державної політики у даній сфері та сприяють репрезентації політики України на міжнародній арені на певних, базових аспектах. Цей тип політики реалізовується Міністерством культури і туризму України та в межах Закону України «Про культуру» [2], Закон України "Про концепцію державної культурної політики на 2016-2020рр.» [2], Концепції державної політики реформування сфери охорони нерухомої спадщини (2020р.) [2], і ін.

У березні 2017р. відбувся з'їзд експертів Ради Європи "Огляд культурної політики України", де вони надали поради *вдосконалення культурної політики України*, а саме низку рекомендацій, які дадуть можливість Україні вийти на новий рівень. Серед низки порад децентралізація, оптимізація культурних ресурсів (розвиток інфраструктури та культурної спадщини) для економічного та соціального розвитку (туризм, залучення інвестицій,

креативне підприємництво, освіта [1]. Відповідно, до 2020 р. в Україні реалізували культурну політику у цьому руслі.

Проте, попри культурну політику, є ще й низка повсякденних практик, процесів соціального життя, які можуть мати вплив на політичну складову, та які часто не сприймаються громадянами як елементи взаємовпливу культури та політики.

У сучасному українському суспільстві (як і в нашій історії) можна розглянути декілька кейсів, на яких можна зрозуміти, що політика та культура – дві поєднані дисципліни, а це поєднання уже настільки вкорінене, що ми навіть не помічаємо цього взаємовпливу.

1. *Репрезентація взаємозв'язку культури та політики через міжнародні конкурси та змагання.* Шанувальники будь-якого конкурсу підтримують свою команду національною символікою, чим самим демонструючи свою відданість. А співаків, співачок чи футбольних гравців на оголошують як представників країни, збірну країни. Кожен із них є прикладом справжнього українця і, відповідно, поведінка кожного розуміється як уособлення усього українського народу. Часто громадяни різних країн ведуть дискусії про аполітичність пісенного конкурсу «Євробачення». Одні вважають, що, попри все, співаки/співачки/гурти презентують країни, тому має поділяти ті норми і принципи, які відстоює країна. Інші ж дотримуються думки, що потрібно абстрагуватись від суспільних процесів будь-якої країни, довіритись внутрішньому чуттю та насолоджуватись музикою

Поведінка футбольних фанатів також має політичний підтекст: так як українці будуть поводитись із представниками інших національностей, буде сприйматись як поведінка представника країни: бійка, сварка, дискримінація, - привід розірвання дипломатичних відносин із країною, відносно якої було здійснене дане діяння.

2. *Трансляція політики через такий елемент культури як книговидавництво*

У 2020 році досить часто порушувалась проблематика, дотична до українського поета-дисидента В. Стуса. Спершу ця хвиля збурення виникла навколо фільму режисера Р. Бровка «Стус», де, нібито, на вимогу політика В. Медведчука було вирізано сцени із засідання суду. Згодом, виник скандал із заборною книговидавництва книги В. Кіпіані «Справа Стуса», також пов'язаний із Політиком в. Медведчуком.

Ці справи набули широкого розголосу серед громадськості, українці відкрито заявляли: політики не мають впливати на мистецтво шляхом тиску і прихованням правди. Це яскравий приклад того, наскільки тонка межа між інститутом культури та політики.

3. *Культура як елемент політичної експлуатації*

Україна та Росія досі не можуть «поділити» авторів: чий же таки М. Гоголь та К. Малевич? Політика імперської Росії спрямована на те, що усі митці, автори, інші діячі

культури Радянського Союзу мають автоматично визнаватись російськими [8]. Тому шляхом пропаганди, насадження своєї політики, російський уряд привласнює українських авторів, чим самим зневажає думку українців та всесвітню історію.

4. *Вплив серіалів на політичне життя*

На формування образів політиків досить часто впливають відомі серіали із прототипами головних героїв. Якщо за рубежем такі серіали як «Гра престолів», «Паперовий будинок» створювали певну ілюзію, то в Україні це «Слуга народу» [8]. Серіал навіює образ політика, створює його у потрібному руслі і, відповідно, впливає на підсвідомість індивіда.

5. *Культурні молодіжні обміни і політика*

У сучасному активному громадському житті набуває все більшого і більшого розголосу міжнародний досвід. Тому створюються проекти, спрямовані на культурний обмін та просвітництво молоді (та викладачів): Еразмус, Майтакс, інші. У процесі таких молодіжних обмінів кожен представник молоді певної країни демонструє своїм прикладом позицію країни. Кожен індивід, показує себе, своє ставлення до певного явище, події (яке може мати політичний підтекст). І, відповідно, наша думка сприймається іноземцями як думка усєї країни: вступаючи у бійку, громадяни певної країни розуміють інших, як агресорів чи жертв, у процесі висловлювання неправильний культурний жест може означати неповагу до національності.

Таким чином, культура та політика перебувають у тісному взаємозв'язку один з одним і навіть на підсвідомому рівні у суспільстві, завдяки комунікації, ми створюємо продукт культури та політики. У перспективі, варто було би більш детально та вичерпно дослідити механізми взаємодії цих двох інститутів та їхній вплив на життєдіяльність індивідів у суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Звіт експертів Ради Європи, *Огляд Культурної політики України*, 2017 URL: http://195.78.68.75/mcu/control/publish/article?art_id=245250759
2. Концепції та Закони України про культуру URL: <https://decentralization.gov.ua/culture/legislation>
3. Абрамова В. А. Культура и політика: точки соприкосновения URL: http://dom-hors.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/pep/9-2011-2/abramova.pdf 111
4. Дюркгейм Э. Социология. М., 1995.
5. Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г.В. Осипова. М., 1998.
6. Брегеда А. Ю. Політологія: Навч. метод, посібник для самост. вивч. дисц. – К., 1999
7. Деріга В. В. Культурна політика та особливості її формування в Україні, *Соціальна і гуманітарна політика*, С. 107-120 URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/posibnuku/315/12.pdf> 99

8. Навчальний курс *Prometheus* Культура та політика: багатозначність (взаємозв'язків; Школа політичної аналітики, Український культурний фонд, 2019

9. Стегній О.Г. Соціологічні підходи до вивчення типів політичної культури, *Український соціум*, 2015. №2 (53) С. 26-35 URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/04/26-35__no-2__vol-53__2015__UKR.pdf

Тарасенко Влада

студентка VI курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ

В умовах глобалізації та конкурентної боротьби організації щодня вирішують складні виробничі, економічні, правові та організаційні питання. Разом з тим стратегічно важливим підрозділом в структурі організації є служба управління персоналом. У сучасному світі успішне функціонування будь-якої організації напряму залежить від співробітників, що працюють в ній. Тому все частіше керівництво приділяє більше уваги системі рекрутингу персоналу, оскільки саме на цій стадії формується майбутній колектив, закриваються потреби в персоналі і на даному етапі нові співробітники формують свою попередню думку про організацію і про людей, які працюють в ній.

Якщо існують проблеми в системі відбору, оцінки та найму персоналу, то вони, імовірно, будуть у всіх структурах організації. Таким чином, планомірне зростання компанії на ринку визначається не тільки її конкурентоспроможністю, стратегічним плануванням, а й ефективним управлінням персоналом.

Вихідними теоретичними та методологічними положеннями дослідження процесу рекрутингу та його ефективності є праці таких українських дослідників: С. О. Цимбалюк, А. В. Василик, А. М. Зленко, О. В. Хитра, Т. В. Вонберг, І. Ю. Жилиєва, О. В. Кир'янова Ю. Ю. Омельченко, К.П. Качан, Х. С. Столярук, Г. І. Писаревська. Серед зарубіжних вчених дане питання досліджували Б. Рагавендр, Д. Салліван, В. Йеттер та інші.

Метою даного дослідження є теоретичне узагальнення чинників впливу на ефективність рекрутингу персоналу та заходів його удосконалення.

Рекрутинг є важливою функцією управління людськими ресурсами в організації і регулюється поєднанням різних чинників. Чинники, що впливають на рекрутинг персоналу,

можна розділити на ті, що не можуть контролюватися організацією, та ті, що залежать від неї, тобто на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників впливу на ефективність рекрутингу відносять:

- Демографічні фактори. Вони пов'язані з атрибутами потенційних співробітників, такими як вік, релігія, рівень грамотності, стать, професія, економічний статус тощо. Знання цих тонкощів і особливостей кандидатів дає можливість коригувати вакансію і підбирати персонал точно. Це знижує ризик підбору нерелевантного кандидата, прискорює процес найму нового співробітника.

- Ринок праці. На сучасному ринку праці України зростає попит на робочу силу, потреба у кваліфікованих робітниках залишається високою. Проте, пропозиція їх на ринку праці є низькою. Загалом, ринок праці України характеризується структурним диспропорціями щодо попиту та пропозиції робочої сили, які не дають змоги задовольнити потребу роботодавців у працівниках [1, с. 146].

- Рівень безробіття. Якщо рівень безробіття високий в конкретній області, рекрутинг персоналу спрощується та пришвидшується, через велику кількість пошукачів. Навпаки, якщо рівень безробіття низький, то процес рекрутингу, як правило, буде ускладнений.

- Конкуренти. Організації однієї галузі завжди конкурують за найбільш кваліфіковані ресурси. Умови праці та заробітна плата організації повинна бути конкурентоспроможна, оскільки виникає загроза втратити велику кількість пошукачів. Як наслідок, рекрутинг може стати дорожчим та менш якісним.

Серед внутрішніх чинників впливу на ефективність рекрутингу виділяють:

- HR-бренд організації. Позитивний бренд роботодавця сприяє скороченню втрат робочого часу рекрутера, за рахунок збільшення ймовірності залучити компетентних, кваліфікованих і талановитих працівників та посилення їхньої лояльності та мотивації, зменшенню додаткових витрат на пошук та відбір персоналу через зменшення плинності персоналу та зменшенню витрат на залучення кандидатів за рахунок поліпшення іміджу підприємства на ринку праці [2, с. 24].

- Політика підбору персоналу. Рекрутингову діяльність можуть здійснювати як спеціалізовані агенції, так і кадрові служби підприємств. Під час звернення до агентств виникають значно більші витрати, ніж під час розміщення оголошень у ЗМІ. Однак, пошук співробітників за допомогою таких агентств характеризується значними перевагами для організації: економією часу, безкоштовною заміною наданої агентством кандидатури співробітника, який за якими-небудь параметрами не підійшов підприємству-замовнику [3, с. 124].

- Технології, що використовуються у процесі рекрутингу персоналу. Використання наступних digital-інструментів дозволить пришвидшити процес рекрутингу та підвищити його якість: розробка хмарної робочої мережі, написання та запуск власної ATS-системи, тобто системи управління кандидатами, збільшення рівня використання таргетованої реклами та ліквідація низькоефективних сайтів з пошуку роботи, автоматизація статистичного аналізу процесних показників та запуск власного HR-бота [4, с. 316].

Отже, на нашу думку, для підвищення ефективності рекрутингу персоналу доцільно досліджувати ринок праці для оцінки перспектив рекрутингу та відстежувати і аналізувати дії конкурентів із залучення перспективних кандидатів. Разом з тим варто працювати над позитивним брендом роботодавця та відстежувати і запроваджувати інноваційні технології для більш якісного та швидкого процесу рекрутингу персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баглюк Ю. Б., Прищак М. Регулювання та аналіз попиту і пропозиції на ринку праці України. ББК 65.291. 21 Р64. 2018. С. 146-148.
2. Цимбалюк С. О. Капітал бренду роботодавця: сутність та методичні засади визначення рентабельності інвестицій. Інноваційна економіка. 2016. № 7-8. С. 23-27.
3. Лобза А. В., Бикова А. Л. Особливості діяльності рекрутингових агентств на українському ринку праці. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. № 3(77). С. 123.
4. Вонберг Т. В., Головка А. А. Рекрутинг персоналу в епоху діджиталізації. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 313–318.

Ткаченко Маргарита

аспірантка факультету соціально-економічної освіти
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова

NEO-RACISM – SKILLFUL FORM OF RACIAL DISCRIMINATION (CASES OF SCANDINAVIAN COUNTRIES)

Despite the fact that the problem of racism has long been the subject of condemnation by the current stage of civilization, as well as numerous resolutions of international organizations and legislation condemning racism in almost every country in the world, racism can be observed everywhere. Racism changes forms, manifestations, and nowadays called as neo-racism.

The Scandinavian countries, which include Norway, Sweden, Finland, Iceland and Denmark, are considered to be the leading countries in terms of human well-being and security.

According to European legislation, legal acts of these countries prohibit racial discrimination, based on biological indicators. At the same time, anti-racist non-governmental organizations record manifestations of racism at all levels – political, cultural, social, in the media and social networks. Moreover, cultural racism, which thrives in the political sphere, directly affects the formation of negative perceptions in all other areas.

In Denmark, negative connotations were formed towards Muslims and they were singled out among the population as “others”. Triggs, referring to Said, writes: “This not new for Muslims, who have faced racialisation in Europe since the medieval period, however in recent decades it has become more prevalent especially in Denmark” [1]. Denmark is home to about 3.7% of Muslims relative to the total population, but these figures may be inaccurate due to the fact that Denmark does not document the religious affiliation of its citizens.

An event that had a significant impact on the racialization of Muslims by politicians who used a negative narrative to gain votes was September 11, 2001. Dominic Triggs notes: “It’s important to recognize the effect 9/11 had on cultural racism, which worsened due to Muslims being associated with terrorism and further racialized as other. Since the terrorist attack Muslims have begun to be viewed as suspects” [1]. In particular, Danish People’s Party and Progressive Party took advantage of this, which were negative about the Muslim population from the very beginning and received popular support in the elections. Coalition parties used this narrative to gain power.

According to Rytter and Pedersen, the period from 2001 to 2011 became the “decade of suspicion”, when the Danish population was “picky” towards Muslims and migrants [2].

Media have also played a major role in racializing Muslims, from the Muhammad Cartoon controversy to portraying Muslims as “others”, who cannot coexist with the Danish population, creating negative stereotypes. ENAR Shadow Report 2011–2012 proved the media's hostile attitude towards Muslims, which was defined “on negative stories, degrading political statements concerning cultural traditions and religious customs of Muslims minorities” [3].

Norwegian scholar Jon Kyllingstad notes that in Norway the term “race” is hardly used in the political and social spheres, and racial categories are not used in statistics, “...Norwegian society during the last decades seem, in general, to have ignored or dismissed any conceptualization of “race” [4]. Norway has signed the UN Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination and has made adjustments to national legislation. However, some norms, such as restrictions on the movement of Roma, have been abandoned because they do not discriminate against them as an ethnic minority, but only prohibit certain lifestyles. Jon Kyllingstad comments on the new amendments to the legislation as follows: “...term “race” (defined as a biological fact) was thus included in the Penal code in 1970. In 2008 it was, however,

taken out again, partly based on the argument that race is not a biological fact. Around the same time, “race” was also removed from other laws that address discrimination and it was never taken into the new “Act to Prohibit Discrimination” [4].

Statistics Norway conducted a survey on the opinion of the Norwegian population about immigrants. The results were twofold. On the one hand, Norwegians believe that immigrants bring cultural diversity. On the other hand “...30 % believe that immigrants, in general, misuse the social welfare system and are a source of societal insecurity and about 50% hold that immigrants should strive to become as “Norwegian” as possible” [4].

In general, there is a perception in Norway that neo-racism is a concept that prohibits freedom of expression about immigrants, migration policy, cultural and religious affiliation. Kyllingstad notes that “such an inclusive definition of racism functions as a rhetorical tool to delegitimize sound critique of cultures, religions, immigrants and immigration policy» [4].

In Finland, the phenomenon of neo-racism is manifested at the level of functioning of state institutions and educational institutions. Finnish scientist Tuomas Zacheus writes that the phenomenon of racism is not sufficiently studied in Finland. In 2017, the European Union Agency for Fundamental Rights determined that Finland had the highest level of discrimination against sub-Saharan people (45% faced discrimination). About 79% of hate crimes were related to ethnicity or ethnicity. Also, adolescents who are not indigenous Finns are twice as likely to face discrimination as ethnic Finns. Tuomas Zacheus notes that “people with an immigrant background in that school had to face daily staring, hooting, sneering, derisive laughter, name calling, exclusion and slandering of non-Finnish cultures. The school staff did not take these forms of racism seriously enough. The racism was generally denied or underrated in schools” [5].

In recent years, right-wing and radical right-wing parties have gained popularity in Sweden: first entering parliament with 5.7%; in the future gained 19%. The right-wing radical party Sweden Democrats won almost 18% in the 2018 elections due to a neo-racism campaign against Roma, Muslims and migrants. They see Muslims as a threat to Sweden's existence. However, Sweden uses an open migration policy to meet its own goals. Schierup Carl-Ulrik writes “continued open migration and asylum policy would combine allegiance to humanitarian ideals with forward-looking opportunities for filling gaps in the labour market, for boosting economic dynamism, for redressing a crisis in an undermanned welfare institutional system and for successfully combating a looming demographic crisis” [6].

With the onset of economic growth, Iceland gradually began to accept migrants from other countries. In 2018, 15.2% of Iceland's population are immigrants. As in the cases described above, Muslims became a group of people who experienced neo-racism. In 2012, the Reykjavík City Council allowed the construction of a mosque in the city, which the law allows for all religious

minorities. This decision caused widespread dissatisfaction among the population. Protests and rallies took place in which citizens expressed their negative views on Muslims because they did not want to adapt to local cultures and spread radical Islamism. ECRI Report on Iceland emphasizes that “The protest took a particularly hostile turn in November 2013 when three pig heads and bloodied pages of the Koran were found scattered across the plot of land. A poll in 2014 found that 42.4% of those surveyed opposed the construction of a mosque, while only 29.7% were in favour” [7].

These facts indicate that there are manifestations of neo-racism in the Scandinavian countries. The following conclusions can be drawn: there is no educational component on cultural and ethnic equality of citizens, there is a differentiated attitude to different ethnic groups by the media, which significantly influence the formation of public opinion, and the rhetoric of power structures has a neo-racist discourse.

REFERENCES

1. Triggs D. Denmark’s Discrimination: The extent of racialisation of Muslims as ‘other’ / Dominique Triggs. CERS Working Paper, 2015.
2. Rytter, M. A decade of suspicion: Islam and Muslims in Denmark after 9/11 / Mikkel Rytter, Mikkel Pedersen. *Ethnic and Racial Studies*, 2014. – 37(13). – Pp. 2303–2321.
3. ENAR European Network against Racism. 2013. Shadow Report 2011-2012. Brussels: ENAR European Network against Racism.
4. Kyllingstad, J. R. “The Absence of Race in Norway?” / Jon Røyne Kyllingstad. *Journal of Anthropological Sciences*, 2017. – 95(1). – Pp. 1–9.
5. Zacheus, T. Discrimination, Harassment and Racism in Finnish Lower Secondary Schools. / Zacheus, T. Kalalahti, M., Varjo, J., Saarinen, M., Jahnukainen, M., Mäkelä, M.-L., & Kivirauma, J. *Nordic Journal of Migration Research*, 2019. – 9(1). – Pp. 81–98.
6. Schierup, C-U. “Race” and the upsurge of antagonistic popular movements in Sweden / Carl-Ulrik Schierup. *Ethnic and Racial Studies*, 2018. – 41:10. – Pp. 1837–1854.
7. ECRI. Fifth report on Iceland / ECRI. – CRI (2017)3. – 2017.

Чайка Віктор

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

Горбов Владислав

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

ВИДИ ТА ДОСВІД ВІРТУАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Українському суспільству в сьогоднішніх реаліях характерний стрімкий розвиток комп'ютерних інформаційних технологій і систем телекомунікацій. За останні роки в цій галузі відбулися якісні зміни, пов'язані з формуванням і функціонуванням Інтернету. Зараз він став не лише системою зберігання і передавання надвеликих обсягів інформації, а й простором для величезної кількості людей, в яких виникають нові інтереси, мотиви, настанови, а також форми психологічної і соціокультурної активності. Поняття “віртуалізація” походить від слова “віртуальний”, яке, своєю чергою, може означати, відповідно до англійсько-українського словника – “фактичний, дійсний; можливий, гаданий”. На даний час Україна розвивається як інформаційна держава. В її економічному просторі з'являється все більше інноваційних елементів. Все частіше можна побачити, що стара система координат з її правилами дещо деформується або ж трансформується. В цьому просторі основу якого складає взаємодія людей, груп та цілих інститутів, з'являється новий простір – віртуальний. Новий простір – нова система, взаємодіють вже не люди а знаки та символи, певним чином симулякри людей.

На сьогодні мережа Інтернет стала тим простором де формуються та розвиваються різні соціальні процеси. Площиною в якій раніше не бачені речі зробили можливим появу нових соціальних груп, нових зірок та нових форм заробітку. З'являється «новий» тип людей, які завдяки своєму креативу, технічним засобам та певному багажу навичок змогли монетизувати свій час перетворюючи різний контент в гроші. Формується новий клас відеоблогерів, ще десять років тому, цього явища майже не існувало, а зараз стає мало не нормою. Ці люди отримали офіційну професію на основі свого хобі. Ще одним цікавим явищем сучасності є інста-зірки, які завдяки своїй неординарності, чи іншим особистим якостям, здобули популярність в соціальній мережі, і тепер успішно перетворюють її в матеріальні атрибути.

Серед соціологічної спільноти простір також не здобув єдино-правильного визначення. Різні вчені по різному трактують простір хтось виділяє взаємодію людей як основу створення соціального простору та розширення його рамок як Г. Зіммель. П. Сорокін окрім взаємодії акцентує увагу на такій собі «Декартовій системі координат». Вносячи в суспільство елементи стратифікації за певними критеріями та поняття соціальної мобільності. Також про місце в соціальному просторі говорив П. Бурдьє в своїй теорії полів. Зараз починають з'являтися наукові пошуки, які з різних позицій розкривають проблематику віртуалізації [1-4]. Віртуальний простір - це простір знаків та символів, попри цю здавалось би ефемерність цей простір цілком реальний. Він визначає вектори соціальних перетворень у різних соціальних сферах – економіці, політиці, культурі, релігії тощо, динаміка яких корелює з особливостями конкретного суспільства, а також впливає на соціалізацію особистості і її соціальну діяльність.

Варто зазначити, що початок процесу віртуалізації поклав саме технологічний розвиток людства, а прискорити допомогла поява та розвиток мережі Інтернет. Розвиток комп'ютерних технологій поклав початок комп'ютерним іграм з власним сюжетом а головне ігровим світом з його правилами та законами. Відбулось також перенесення спортивної складової в цифрову площину –якому дали назву - кіберспорт.

Процес віртуалізації поглинає і спілкування, з'являються все нові соціальні мережі та месенджери які постійно розвиваються. Тепер можна відчувати свою приналежність до певної соціальної структури будучи підписаним, на якусь групу чи особистість. Бути в тренді, знати сленг та відчувати що вас, щось поєднує, якісь пережиті події хоч і в он-лайн. Крім цього мережа «подарувала» нам нові види комунікації, які зі звичайних текстових повідомлень трансформувались в медіа, аудіо, арт повідомлення чи все і відразу. Поява концепції криптовалюти та значний розвиток «біткоіна» ще один показник трансформації соціально-економічного простору. Розуміння того що людству потрібна електронна валюта, що прискорила б та зробила більш безпечними грошові переведення. Також людям необхідні електронні уряди, що дозволять перенести бюрократичні процедури у простір віртуальний з душних реальних кабінетів. Якщо ж не йти по приклади за кордон то і послуги з оплати комунальних платежів, переведення та інші функції інтернет-банкінгу вже радують українців перенесенням фінансових турбот у цифровий формат.

Віртуалізація соціального простору дала можливість появи нових соціальних груп з своїми ціннісними орієнтирами та особливою структурою поведінки. При чому до них можна віднести як «диванних аналітиків» та коментаторів, що все знають одні про політику інші про діяльність блогера, зірки. Так і тих самих блогерів та інса-зірок, що монетизують свою здібності до креативу та нешаблонне мислення, та створюють нові соціальні групи зі

своїх відданих фанатів, з власним досвідом та певними жаргонізмами. Ігри також породжують нові соціальні групи, створення ігрового клану чи гільдії, має під собою всі елементи соціальної структури: соціальна стратифікація – командири, заступники..., свій устав або набір правил за яким вони функціонують, мета з якою вони об'єднались сленг що притаманний тій геймерській культурі. Отже, процеси віртуалізації соціального простору набувають зараз великих масштабів і постають новим науковим полем вивчення для сучасної соціології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Говорунов А. Человек в ситуации виртуальной реальности / А. Говорунов [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://anthropology.ru/ru/text/govorunov-av/chelovek-v-situacii-virtualnoy-realnosti/>
2. Возможные миры и виртуальные реальности / Сост. В. Друк и В. Руднев/ – Серия «Аналитическая философия в культуре XX века». –Выпуск I. – М.: 1995. – 199 с. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://royallib.ru/book/neizvesten_avtor/vozmognie_miri_i_virtualnie_realnosti.html/
3. Попова А. В. Нікнейм як основний засіб самопрезентації віртуальної особистості в інтернет-комунікації: семантична природа та класифікація (на матеріалі української мови) / А. В. Попова. // Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. – 2017. – С. С. 49–58.
4. Кіберспорт та його вплив на зміну структури світового ринку комп'ютерних ігор / І. О. Лазнева, Д. І. Цараненко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 22(2). - С. 63-67.
5. Кузьмін О.Є. Фріланс та загальна характеристика фрілансера / О.Є. Кузьмін, Н.Ю. Солярчук // Науковий вісник НЛТУ України. НУ “Львівська політехніка, 2012. – Вип. 22.7. – С. 375–380.

Шмуратова Катерина

студентка IV курсу факультету економіки та управління
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана», Україна*

ПОЗИТИВНІ НАСЛІДКИ COVID-19 ДЛЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

На сьогодні, в умовах невизначеності, коли практично рік тому більшість населення світу не здогадувалась про неминучий глобальний криз, найважливішою проблемою являється так званий COVID-19, більш відомий як «коронавірус». Виклик для людства у формі пандемії спричинив за собою потужні економічні, соціальні та екологічні наслідки, тим самим утворивши новий виток розвитку людства і пробудження свідомості суспільств.

Питання адаптації, формування соціально-економічної взаємодії населення у боротьбі з вірусом та виокремлення позитивного аспекту зі складеної ситуації у своїх

роботах розглядали такі вчені та журналісти як Д.Долбнева [1], Ю.Горбань [2], К.Дорошенко [3], Д.Шурхало [4]. Однак цими вченими переважно розглядається проблематика змін, пов'язаних з пандемією або лише з точки зору фінансів країни, або ж висвітлюється інформаційна та медична нестабільності. При цьому недостатньо уваги приділяється саме вивченню трансформацій у соціальному середовищі та комплексного впливу всіх наслідків коронавірусної хвороби на суспільне життя.

В першу чергу на сьогодні пандемія асоціюється з низкою негативних наслідків на суспільно-економічний розвиток сучасних суспільств. Однак не можна заперечувати, що будь-який вихід із «зони комфорту», навіть такий радикальний, несе за собою й позитивні наслідки. Важливо підкреслити, що медицина та наука дійсно займають провідні позиції серед ключових аспектів, що отримали потужний досвід у реагуванні на подібні ризики та об'єднання сил задля їх подолання. До цього можна віднести розробку вакцини та тестів на виявлення вірусу в країнах Європи та Азії; боротьбу з дефіцитом медичного продовольства (пожвавлення з боку виготовлення спец-одягу, масок тощо); впровадження жорстких норм ставлення до інфекційного контролю, теле-медицини та дистанційних консультацій. Також слід зазначити, що позитивний вплив коронавірусної хвороби відчували й інші сфери життєдіяльності суспільства, зокрема, такі як соціально-економічні процеси (рівень зайнятості, розвиток підприємництва, трудові відносини, страхування), соціальні зв'язки (сімейні відносини), екологічний становище (рівень забрудненості, санітарні норми, загальний стан зовнішнього середовища), розвиток технологій та комунікацій (нові соціальні мережі, додатки, обладнання), медіа-сфера (ЗМІ, телекомунікації, інтернет-комунікації).

Однак не далеко не всі аспекти соціально-економічного розвитку суспільства зазнали позитивних перетворень внаслідок пандемічної ситуації. Зокрема, не всі професії витримали перехід на офлайн-форму роботи, витіснившись таким чином з ринку праці, однак зросла професійна затребуваність щодо фріланс-спеціалістів, SMM-працівників, таргетологів та загалом робітників, основною платформою для заробітку яких виступають соціальні мережі, що закріпилась й розвитком нових соц.-мереж (TikTok, Clubhouse). Це дало можливість отримувати прибуток незалежно від віку та інших соціально-демографічних характеристик, щосприяло «омолодженню» показників економічно активної частини населення.

В результаті поширення COVID-19 такі компанії зі світовим ім'ям, як Apple, Toyota, Starbucks, McDonald's та Volkswagen, призупинили виробництво чи продажі в Китаї, що послугувало зміні експортерських пріоритетів та технологічному переорієнтуванні, демонструючи здатність витримувати виклики наслідкам цієї хвороби. Бізнес-об'єкти

також зазнали нищівних утисків, проте адаптування у вигляді запровадження жорстких санітарних норм, доставки та онлайн-комунікації (спеціалізовані додатки, офіційні сайти) покращили становище для більшої частини сфери HoReCa, а перенаправлення технологій певної частини підприємств розширила їх спеціалізацію, що дозволило покращити виготовлення медичної техніки; у той час відбулось зміцнення позицій консалтингових фірм та установ. Також зазнали змін й трудові відносини, у ході яких відбулося збільшення заробітних плат (зокрема, працівникам медичної сфери), віддання пріоритету онлайн-формі роботи, запровадження страхування та виплат сім'ям при летальних випадках внаслідок коронавірусної хвороби.

Значні зміни відбулися в соціальному та духовному аспектах функціонування суспільств. Наприклад, можемо спостерігати зміцнення стосунків у сфері сім'ї та робочих колективів (особливо після періоду посиленого карантину), підвищення потреби до єдності та згуртованості. При цьому зіткнення з викликами інформаційних фейків, неправдивих новин і провокацій в соціальних мережах і ЗМІ засвідчило, що суспільство здатне боротися з цим навіть у час соціальної невизначеності й турбулентності, здійснювати профілактичні заходи з метою уникнення трагічних подій у суспільстві.

Крім того, телекомунікації та інтернет-простір стали ще більш доступними у період пандемії, що сприяло розвитку свободі слова, наближенні до цінностей демократичного суспільства, пробудження свідомості суспільства загалом у різних країнах світу. Духовний фактор розвитку суспільства теж зазнав змін – зі звичної взаємодії «на живу» у віртуальну форму сприйняття (театри, цирки, музеї, концерти, матчі), що вдосконалює позиції захисту від вірусу та дає можливість підвищувати рівень культури населення. Навіть спілкування між індивідами вже набуло нових норм та культури взаємодії (носіння масок, вітання ліктями тощо), що підвищує безпеку кожного громадянина.

Незважаючи на те, що багато сфер життя все ж таки непорушно зазнають негативних соціально-економічних змін – це туризм, експортно-імпортні відносини, готельний бізнес, однак через зменшення поїздок між країнами та в їх межах спостерігається покращення екологічного стану місцевостей. Зокрема, рівень забрудненості дещо зменшився в показниках, а дотримання санітарних норм, глобалізація руху до розумного користування та сортування сміття демонструє те, що завдяки коронавірусу людство більше звертає увагу на проблеми навколишнього середовища.

На основі вище означеного можна дійти висновку, що COVID-19 слід розглядати не лише з перспективи негативних наслідків на соціально-економічний розвиток суспільства. Потрібно також брати до уваги й довгострокову перспективу функціонування сучасного соціуму, пов'язану з наслідками подолання цієї хвороби загалом. Зокрема, забезпечення

макроекономічної стабільності, стимулювання економічного зростання й соціальної стійкості сприятиме подальшим позитивним соціально-економічним перетворенням, що зумовлені наслідками подолання пандемії в умовах глобалізаційних викликів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Долбнєва Д. В. Вплив COVID-19 на економіку країн світу [Електронний ресурс] / Д. В. Долбнєва // Проблеми економіки № 1 (43). – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-1_0-pages-20_26.pdf
2. Горбань Ю. Життя після коронавірусу: світ вже не буде таким, як раніше [Електронний ресурс] / Ю. Горбань // Укрінформ. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2891243-zitta-pisla-koronavirusu-svit-vze-ne-bude-takim-ak-ranise.html>.
3. Дорошенко К. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства [Електронний ресурс] / К. Дорошенко // Суспільне/Новини. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/20654-svitovi-intelektuali-pro-naslidki-pandemii-koronavirusu-dla-ludstva/>
4. Шурхало Д. Пандемії в історії людства були поштовхом до позитивних змін – історик [Електронний ресурс] / Д. Шурхало // Радіо Свобода. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/30532696.html>.

Шпікер Марина

аспірантка кафедри соціології
НТУУ «Київський політехнічний інститут
ім. Ігоря Сікорського», Україна

СУБ'ЄКТИВНИЙ ВИМІР ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ: ВІД ПРАВОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ДО ПРАВОСПРОМОЖНОСТІ

З плином часу поняття доступу до правосуддя зазнало неодноразових трансформацій. У 18 та 19 сторіччях під доступом до правосуддя мали на увазі формальне право особи позиватися та захищати себе у суді. У 1960-х у фокусі уваги була (не)здатність бідних прошарків населення скористатися послугами юриста та звернутися до суду передусім через вартість, тривалість та складність юридичних процедур; у 1970-х – недосконалість процесів цивільного правосуддя, що ускладнювали доступ до нього; у 1980-х – питання рівності усіх перед законом, зокрема рівної ймовірності для різних прошарків суспільства досягти задовільного результату в суді, а не лише рівних можливостей позиватися. У 1990-х під правосуддям стали розуміти не лише суд, але й альтернативні механізми залагодження спорів, і вбачати потребу в тому, щоб громадяни могли уникати конфліктів або вирішувати їх до того, як виникне потреба позиватися. Тоді ж розпочалися

дискусії щодо залучення громадян до законотворчості та впливу на юридичні інституції. У 2000-х поняття доступу до правосуддя почало застосовуватися в широкому контексті проблем, таких як працевлаштування, охорона здоров'я, соціальні послуги тощо; більше уваги почали привертати питання, як люди користуються законом у повсякденному житті і що потрібно, аби закон працював їм на користь [1, ст. 2]. Відтак, із плином часу склалося уявлення, що доступ до правосуддя включає не лише наявність формальних та неформальних правових інституцій (у тому числі тих, що надають правову допомогу), фізичну можливість скористатися їх послугами та якість їх роботи, котра впливає на можливість досягти справедливого результату, але й суб'єктивний вимір: здатність людей ефективно взаємодіяти з законом та застосовувати закон для своїх потреб.

У 2004 році ПРООН розглядала правову обізнаність (грамотність) як одну з необхідних передумов доступу до правосуддя [2, ст. 6]. Закономірно, що людина, яка не знає про свої права, обов'язки та юридичні процедури, має гірші шанси досягти задовільних результатів у спорах чи упередити їх виникнення. Знання про право також є основною складовою концепту правової свідомості, який розвивався у західних країнах з 1980-х років [3], а в СРСР – з 1920-х [4], і який пояснює, як право втілюється у людському досвіді, уявленнях та поведінці.

Чимало закордонних і вітчизняних досліджень свідчать про те, що обізнаність громадян у правових питаннях є невисокою. Водночас, численні дослідження (наприклад, [5] та [6]) вказують на те, що брак правових знань є не єдиною суб'єктивною перепорою для доступу до правосуддя; іншими бар'єрами є переконання щодо неможливості досягти справедливості, небажання витратити ресурси (час, сили, кошти) на залагодження проблеми, страх погіршити ситуацію, недовіра до органів правосуддя та органів влади тощо.

Протягом останнього десятиліття у вжиток дослідників у сфері соціології права увійшов новий концепт – правова спроможність (*legal capability* – англ.). Правова спроможність – це сукупність особистих характеристик (знань, навичок, переконань, ресурсів), необхідних людині для ефективного вирішення питань, пов'язаних із правом [7, ст. 1]. Правоспроможність стосується здатності людей розуміти, коли вони зіштовхуються з проблемою, що має правовий вимір, знаходити правову інформацію та вживати необхідних заходів, щоб вирішити цю проблему [8, ст. 2], в тому числі тих, що не передбачають залучення системи правосуддя чи правоохоронних органів. Розвитку цього концепту сприяла діяльність британських організацій, котрі займаються питаннями громадської правової просвіти і ставлять за мету саме підвищення правоспроможності громадян. Теоретичним базисом концепту є так званий «підхід на основі можливостей»

(capability approach) індійського економіста Амартії Сена, ідея якого полягає у тому, що для визначення рівня людського розвитку та благополуччя у суспільстві потрібно зрозуміти, яких бажаних для неї станів та видів діяльності людина фактично спроможна досягти (а не лише має на це формальне право), і які передумови (можливості, свободи) для цього потрібні [8, ст. 2].

Різні дослідники пропонують різні підходи до операціоналізації правоспроможності, проте в цих підходах є багато спільного: зокрема, вони передбачають, що правоспроможна людина повинна мати певний рівень обізнаності щодо правових питань та доступних правових послуг, здатність ідентифікувати правовий вимір проблеми, зрозуміти та скористатися механізмами вирішення проблеми; окрім цього, вона мусить мати неспецифічні для правової сфери навички та особистісні характеристики, такі як вміння планувати та керувати своїми справами, вміння ефективно спілкуватися, впевненість у собі та емоційну стійкість [9, ст. 144]. У контексті правопросвітництва підвищення правоспроможності людей означає, що необхідно не лише надавати охочим інформацію про їх законні права, обов'язки та юридичні процедури для захисту прав, але й навчати їх розпізнавати правові ситуації у повсякденному житті, підвищувати довіру до правової системи та надавачів юридичних послуг, розвивати навички ефективної та впевненої комунікації щодо питань права, пошуку та критичного осмислення відповідної інформації тощо.

На даний момент методологія вимірювання правоспроможності як багатовимірною явища ще не розроблена. В науковій літературі є приклади вимірювання окремих її аспектів: наприклад, у 2018 році Найджел Балмер та Паско Плезенс вперше запропонували методіку вимірювання правової спроможності на основі сучасних психометричних алгоритмів, що включає 5 шкал: шкалу правової самоефективності, шкалу правової тривожності, загальну шкалу правової впевненості, шкалу недоступності правосуддя та шкалу уявлень про несправедливість правосуддя [9]. Подальше дослідження з застосуванням трьох із п'яти шкал продемонструвало зв'язок між рівнем правової впевненості, самоефективності й суб'єктивної оцінки доступності правосуддя та досвідом вирішення реальних правових проблем: зокрема, люди з нижчими показниками за цими шкалами гірше розуміли свої права та обов'язки в контексті проблеми, сприймали процес її вирішення більш складним та рідше вважали, що досягли справедливого результату [10, ст. 5]. На відміну від вимірювання установок, оцінка рівня правових знань й навичок є більш нетривіальною задачею. Залишається відкритим питання, які саме знання та навички вважати необхідними передумовами для спроможності особи ефективно вирішувати правові питання, який їх рівень вважати достатнім, та як вимірювати ці показники, в тому

числі, в репрезентативних опитуваннях. Використання концепту правоспроможності вимагає від дослідника ретельного аналізу, які саме чинники (знання, вміння, переконання, досвід, характеристики ситуації) зумовлюють кращі або гірші результати правових проблем, з якими люди стикаються у повсякденному житті, замість того, щоб визначати критерії правоспроможності апіорно.

Попри ці методологічні складнощі, правова спроможність є концептом з великим практичним потенціалом, що надає змогу краще зрозуміти перепони на шляху людини до правосуддя та способи усунути чи зменшити їх, оскільки вводить у фокус уваги не лише знання законів та юридичних процедур, але й інші об'єктивні та суб'єктивні фактори, котрі (не) дають особі змогу набути та скористатися цими знаннями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Access to Justice for a new Century: The Way Forward / [Julia Bass, WA Bogart and Frederick H Zemans, eds]. – Toronto: Law Society of Upper Canada, 2005. – 347 с.
2. Access to Justice Practice Note [Електронний ресурс]. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/democratic-governance/access_to_justiceandruleoflaw/access-to-justice-practice-note.html.
3. Chua, L. Legal Consciousness Reconsidered / Lynette J. Chua, David M. Engel // Annual Review of Law and Social Science. – 2019. – № 15. – С. 1.1–1.19.
4. Єрмоленко, Д. Правова свідомість у радянській юридичній науці (історіографічний огляд літератури) / Дмитро Єрмоленко // Публічне право. – 2012. – № 4 (8). – С. 300–307.
5. Pleasence, P. How People Understand and Interact with the Law / Pascoe Pleasence, Nigel Balmer, Catrina Denvir. – Cambridge: PPSR (Pascoe Pleasence Ltd), 2015. – 212 с.
6. Дослідження правових проблем та потреб в українських громадах. Звіт за результатами дослідження [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://issuu.com/irf_ua/docs/ukraine_justice_needs_2018.
7. Jones, M. Legal capability [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://lawforlife.org.uk/wp-content/uploads/2013/05/legal-capability-plenet-2009-147-1-147.pdf>
8. Brousalis, K. Building an understanding of legal capability: An online scan of legal capability research [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.plecanada.org/wp-content/uploads/2017/12/online-scan-legal-capability.September-2016.final_.pdf.
9. Pleasence, P. Development of a General Legal Confidence Scale: A First Implementation of the Rasch Measurement Model in Empirical Legal Studies / Pascoe Pleasence, Nigel Balmer // Journal of Empirical Legal Studies. – 2019. – № 16(1). – С. 143–174.
10. Castellano, G. Reshaping legal services to meet people's needs: an analysis of legal capability / G. Castellano, C. Wakeford, T. May // – London: Legal Services Board, 2020. – 17 с.

ОСВІТА Й СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Соціальна нерівність, що є основою стратифікації суспільства, сприймається як головна його властивість. Історія людства не знає суспільства без соціальної нерівності. Соціальна нерівність має багато значущих аспектів, до яких належать правова нерівність, обмеження свобод, майнова нерівність, нерівність щодо доступу до медичного обслуговування, освіти тощо.

Нерівність у доходах, владі, престижності занять, освіті виникла разом з людським суспільством, але попервах вона була дуже незначною, тому стратифікації в простих суспільствах майже не існувало. У складних суспільствах нерівність посилилась і поділила людей спочатку на рабів і рабовласників, потім на касты, верстви, класи. За М. Вебером, класи - це агрегати людей, які мають однакові життєві шанси. Він поділяв населення на класи відповідно до різних "життєвих шансів". В одного класу головне - капітал, в іншого – кваліфікація (тобто освіта).

Соціальна нерівність - це, з одного боку, проблема, а з іншого боку – стимул для пошуку нових способів її подолання. Зрештою, соціальна нерівність включає в себе цілий ряд нерівностей: соціально-економічних, соціально-політичних і правових. Нерівність не слід плутати з відмінностями. Культурні відмінності (мовні, релігійні, расові) в демократичному суспільстві не викликають дискримінації. Однак є і локальні ситуаційні відмінності та нерівності - вони спостерігаються в будь-якому суспільстві, але не призводять до глобальних конфліктів. Бідні люди в Україні найбільше страждають від нерівності: доступ до освіти, медицини, нерівні можливості для бізнесу, нерівні способи, стилі і якість життя. Майже всі гроші у бідних витрачаються на їжу. Але така нерівність не приводить до конфліктів і конфронтації, оскільки сприймається як національна катастрофа (ринкова економіка, перманентне зростання цін і т. д.).

Ідеали демократії і рівності супроводжують розвиток людського суспільства протягом тисячоліть: не було епохи, коли б вони не займали розуму людей різного суспільного становища, не було філософа, який би не висловився з цього приводу. Втім і сьогодні тиск нерівності залишається відчутним в найрізноманітніших галузях суспільного життя. Сфері освіти в контексті проблеми рівності незмінно відводиться особливе значення: будучи втягнутою в процеси соціального відбору чи не з моменту заснування, вона

слугувала механізмом відтворення соціальної нерівності, трансмісії статусів, але в той же час являє собою унікальний інструмент її подолання, забезпечуючи можливість істотного підвищення соціально-статусних позицій та зайняття гідного місця у суспільстві.

Саме освіта є одним з найважливіших і найдавніших інститутів сучасного суспільства і розглядається як інструмент розвитку, передачі, набуття знань, умінь, навичок, соціального досвіду та цінностей. Освіта має значний вплив на майбутнє молоді, визначаючи можливості працевлаштування та їх конкурентоспроможність на ринку праці, тому вона є невід'ємною частиною інтеграції нових молодих поколінь у суспільство. Значення освіти для відтворення соціальної системи суспільства, його динамічного соціально-економічного розвитку важко переоцінити. Виняткова важливість навчальних закладів, якості та доступності освіти у сучасному суспільстві вимагає детальних і ретельних досліджень.

Предметними полями досліджень освіти соціологами є її роль як чинника соціалізації індивіда, як ретранслятора цінностей та норм у соціумі, як інституції, що відтворює соціальний порядок у суспільстві. Проте чи не найбільша увага сучасної соціології прикута до виявлення основних чинників та наслідків відтворення освітньої нерівності та ролі освіти загалом у відтворенні соціальної стратифікації суспільства. На тлі обов'язковості та загальнодоступності загальної середньої освіти найбільше значення надається доступу до вищої освіти як необхідній умові доступу до висококваліфікованих занять та відповідних соціальних статусів. Також вважається, що освіта є тим соціальним ресурсом, який значною мірою визначає можливості індивідів щодо вибору шлюбного партнера, загального стану здоров'я та тривалості життя, професійного статусу та місця на ринку праці, доходу та матеріального становища загалом.

Отже, освіта й соціальна нерівність корелювалися ще з давніх часів. Багато видатних вчених, в тому числі соціологів, працювали над питаннями освіти й соціальної нерівності. Ознайомившись з їх думками і теоріями, зазначимо, що ще від давніх давен та аж до 19 ст, зазначалося, що саме соціальна нерівність, стратифікація, детермінує освіту. Тобто чим вище в людини походження, чим більше в неї грошей – тим краща освіта. В період індустріалізації все повернулось навпаки, тепер існує тенденція того, що саме від рівня освіти залежить розшарування суспільства на людей з різним рівнем кваліфікації і, відповідно, доходу. Цікаво те, що чим більш розвинена країна, тим більший ступінь залежності стратифікації саме від освіти, оскільки освіту в таких країнах можна отримати, навіть якщо людина не має на неї коштів, однак має хист (успішно складає вступні іспити тощо). В нашому ж, пострадянському суспільстві, такі соціальні явища як освіти й соціальна нерівність ще є рівнозалежними один від одного.

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 2

Тематичні напрямки: ціннісні орієнтації сучасної молоді

Білокур Наталія

студентка 4 курсу факультету здоров'я,
фізичного виховання та туризму НУФВСУ
Національний університет фізичного виховання і спорту України

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ФІЛОСОФІЇ В ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТА ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Постіндустріальне, постмодерне та інформаційне суспільство потребує нової молоді, яка відповідає б новим умовам життя, розвитку та комунікації.

Сучасна молода особистість потребує філософії як необхідного компоненту успішного становлення, самоактуалізації та самореалізації. Світ, що швидко змінюється спонукає її до осмислення нових викликів та глобальних загроз.

Питання про позитивну чи негативну роль філософії не має чіткої та вичерпної відповіді. Показником цього може бути сама цивілізація, яка періодично об'являє філософію нікому не потрібною „гімнастикою розуму”. Але ось парадокс: скільки б не проголошували остаточну загибель філософії, скільки б не приводили доказів її повної непотрібності, інтерес до філософії не тільки не зберігається, а й зростає, особливо в переломні епохи.

Філософія яка визначається як дисципліна, що осмислює та рефлексує найбільш загальні та найбільш сутнісні характеристики і фундаментальні закономірності буття людини та світу. Висвітлюючи базові риси реальності, соціальна філософія зосереджується на особливостях життя і розвитку суспільства.

Фундаментальні принципи реальності і пізнання, буття людини, відносини людини і світу, про найзагальніші суттєві характеристики людського ставлення до природи, суспільства та духовного життя у всіх його основних проявах. Також під філософією розуміють форму людського мислення, теоретичну форму світогляду.

Мало хто заглиблюється у питання, для чого нам все ж таки філософія, адже без неї ми можемо прожити. Але насправді, ні, - не можемо: філософія це та наука чи дисципліна, яка розвиває наше мислення, дає змогу розвивати творчу уяву, і також знаходитися в соціумі з різними прошарками населення.

Рене Декарт вважав, що лише філософія здатна відділити нас від дикунів. Платон наполягав, що щастя в суспільстві настане лише тоді, коли ним будуть управляти філософи. Блез Паскаль стверджував, що знущатися над філософією означає філософствувати. Осмислення власного «життєсвіту», «буття тут і зараз», усвідомлення ролі «Іншого» для відчуття своєї самості надзвичайно важливі для досягнення бажаної мети.

Навіщо взагалі людині філософія? Людина філософствує, тому що хоче зрозуміти себе, вона філософствує тому, що вона людина. Будучи свідомою істотою, людина теоретизує, філософствує, вона не може чинити по іншому, тому що це є самий універсальний і необхідний спосіб її духовного існування. Думку про те, що кожна людина постійно відчуває потребу в філософії, потрібно додатково пояснити. Доти, доки у людини є можливість діяти у рамках здорового глузду, звичних, напрацьованих стереотипів діяльності, вона не відчуває потреби в філософії. Потреба в безпосередньому застосуванні філософії виникає тільки тоді, коли від готових «рецептів» доводиться переходити до створення нового бачення світу, нових висхідних принципів діяльності. Можна твердити, що людина вільно обходиться без філософії тією мірою, якою її діяльність є формалізованою, запрограмованою. Але без філософії не обійтись людині, яка розмірковує, творить і орієнтується на відповідальність перед світом, а не на владу над ним. Озброєна філософськими концепціями та мудрістю минулого, молодь перетворюється на дієву соціальну групу, здатну на революційні та креативні зміни.

Філософія створює комунікативний простір, необхідний для розвитку як окремої особистості, так і соціуму в цілому.

Через осягнення філософських поглядів, концепцій, вчень та парадигм, у молодого покоління відбувається самоствердження та самоідентифікація у швидкоплинному соціальному процесі. Через філософію відбувається формування нових форм соціального осмислення та аксіологічної самоактуалізації.

Оформлюючи духовні результати та надбання кожної епохи, філософія надихає соціум до поступу у майбутнє. Філософське осмислення конвертується у майбутню творчу потугу, соціальну економічну та політичну активність, у прозріння майбутнього.

Забезпечуючи зв'язок поколінь, тяглість у розвитку національної та політичної культури, соціальна філософія, як окремий і надзвичайно важливий розділ загальної філософії, формує адекватні і конструктивні уявлення молоді про шляхи і методи соціально дії.

Філософія обернена не тільки в минуле та теперішнє, але і в майбутнє. Як форма теоретичної думки вона володіє могутніми конструктивними можливостями творчого формування принципово нових ідей, світоглядних ідеалів. Філософія здатна моделювати

„програвати” різноманітні варіанти соціального розвитку та світорозуміння („можливі світи”), начебто заготовлюючи пробні системи світогляду та майбутнього, яке ніколи не буває цілковито зрозумілим для теперішнього покоління.

Філософія здатна дати протилежну до заданої точку зору, дає можливість верифікувати гіпотези, розкривати принципово нові сторони життя суспільства. Вона є нагальною необхідною і невід’ємною складовою сучасного освітньо-виховного процесу. Креативність мислення потребує опертя на мудрість віків, зрефлексовану через призму сучасності.

Таким чином, призначення соціальної філософії для розвитку сучасної молоді а виражається у таких моментах:

- підсумовує основні соціально-культурні та політико-економічні результати попередньої епохи;
- формує нову історико-аксіологічну перспективу соціального розвитку;
- є теоретико-практичною базою для формування стратегії і тактики розвитку суспільства, а, отже, і держави в цілому;
- накреслює особистісні парадигми становлення молодого людини;
- виявляє болісні моменти соціальної взаємодії.

Бондаренко Анастасія

студентка 3 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ЦІННОСТІ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ В СТРУКТУРІ ЦІННОСТЕЙ МОЛОДІ

У будь-якому суспільстві духовні інтереси і ціннісні орієнтації, як елементи саморегуляції поведінки особи, є об’єктом самореалізації та самовиховання. Розвинуті життєві орієнтації – ознаки зрілості особистості, один із показників міри її соціалізації.

Проблема самореалізації молоді в Україні пов’язана з формуванням установок і ціннісних орієнтацій особистості під впливом освіти. Домінантними процесами у здійсненні самореалізації в досліджуваній галузі є процеси побудови ціннісних особистісних смислів, морального самовиховання, самопізнання. Поняття «самореалізація» визначається як реалізація людиною активності в значущих для неї сферах життєдіяльності та взаємовідносин – спілкуванні, навчанні, творчості, професії, сім’ї, вихованні дітей,

дружбі, любові, громадському житті, політичній кар'єрі тощо [2]. Усі ми прагнемо відшукати своє місце в житті та досягти максимального успіху. Необхідно розуміти, куди слід рухатися. Напрямок кожен обирає свій.

Ціннісні орієнтації – це соціальні, економічні, політичні, моральні, релігійні, естетичні, гносеологічні, онтологічні та/або ідеологічні засади оціночних суджень суб'єкта про оточуючу дійсність, ті чи інші її сторони, сфери, об'єкти, які утворюють змістову сторону спрямованості особистості. Це явище динамічне, оскільки кожне нове покоління засвоює цінності попереднього крізь призму власного сприйняття, додаючи власні цінності [3].

Для більш ґрунтовного вивчення обраної проблематики доцільним видається наведення результатів соціологічного дослідження проведеного автором у лютому 2021р. Опитано 73 респондентів. Перейдемо до найбільш цікавих результатів. Так більшість респондентів на питання «Цінність життя для Вас полягає у тому, щоб?» відповіли, що для них найважливіше це самореалізація. З цього можна зробити висновок, що питання самореалізації є актуальним та важливим для опитаних представників сучасної молоді. Більшість (82,2%) хоче самореалізуватися в різних соціальних сферах, а 16,4% не впевнені, але більше схиляються до відповіді «так». В умовах суспільної трансформації, що ми спостерігаємо зараз серед молоді, формується більш уважне, ніж раніше, але й вимогливіше ставлення до особистості, нове розуміння соціального та психологічного благополуччя, самореалізації, становлення власного Я.

Респонденти віком 18-21 більше прагнуть до самовдосконалення та самореалізації, це зазначило 84,6% опитаних. Способами самореалізації виступають цілеспрямована діяльність, творчість, активність, самовираження, прояв власного “Я”, продуктивна праця, соціальна активність, життєтворчість. Тому у молоді віком 18-21 є бажання до нових психологічних завдань в житті, щоб в майбутньому зрозуміти свої життєві пріоритети. В підлітковому віці найбільш актуальною є потреба – в самоствердженні.

Кількість респондентів, які не відвідують курси/ репетиторів складає 61,6%. Тобто, репетиторство не розглядається як основний механізм самовдосконалення. В контексті певних, інтересів, курсів, хобі, які ставить перед собою людина, здійснюється у вільний час. Тому можна зробити припущення, що через проблеми у молоді щодо проведення вільного часу є важливою проблемою в Україні. Вірогідно це й впливає на спрощення життєвих орієнтирів. Ще однією з проблем є те, що молодь не завжди є фінансово спроможною, аби задовольнити свої потреби в дозвіллі. 11% респондентів вважають, що їм недостатньо коштів для відвідування освітніх видів дозвілля.

На життєві цінності респондентів найбільш вплинув особистісний досвід (89%). Також великий відсоток людей обрали відповідь «виховання батьків». Отже, саме в колі найближчого соціального оточення засвоюються різні цінності в житті. Молодь віком 18-21 захоплюються фільмами, книгами і тому вважають це як чинник формування особистості. Для більшості пісні, фільми і т.д. – є способом самовдосконалення, тренування мислення та пам'яті, підвищення загального рівня грамотності.

Дослідження показало, що більшість опитаної молоді цікавиться самореалізацією та вважає особистий розвиток - життєвим пріоритетом. Тому доцільним є сьогодні подальше вивчення ціннісних орієнтацій, а саме самореалізації, для створення нових підходів у рамках державної політики виховання молоді, уведення новацій на державному ринку праці тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ціннісні орієнтації студентської молоді, Сіпакова О. А. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/pdf/229858178.pdf>
2. Самореалізація як соціальний розвиток особистості», Гарасимів Т.З. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://science2016.lp.edu.ua/sites/default/files/Full_text_of_%20papers/vnulpurn_2016_837_37.pdf
3. Динаміка ціннісних орієнтацій молоді, Левковська Н.. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/levkovska_dynamika.pdf
4. Професійна самореалізація майбутніх соціальних працівників, Руденко Ю.Ю. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2019/64/part_2/23.pdf
5. Психологічні особливості самореалізації студентської молоді, Козицька І.В. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.tpsp-journal.kpu.zp.ua/archive/2_2018/7.pdf

Бородай Анжеліка

студентка III курсу історичного факультету, соціології
ДВНЗ «Маріупольський державний університет», Україна

ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

Молодь можна вважати енергійною, рушійною силою, що займає важливе місце у розвитку суспільності тому, що внаслідок свого об'єктивного стану вона концентрує в собі і виявляє в своїй свідомості перспективні тенденції розвитку сучасного суспільства. Кожне покоління молоді, що вступає в самостійне життя, засвоює вже сформовані цінності, якими вже сьогодні живе старше покоління, а потім формує і реалізує свою життєву програму, базуючись на основу заснованих цінностей.

Можна визначити, що цінності молоді є трансформативними та відмінними від цінностей, що панують у суспільстві в цілому. Молодь завжди змінює контури традиційних суспільних цінностей. І саме тому важливо розуміти, в чому полягають соціальнозначущі уявлення молоді про те, що таке добро, справедливість, патріотизм, любов, дружба тощо, та якою є динаміка цих уявлень [1, с.58].

Аналіз ціннісних орієнтацій молоді має враховувати два важливих фактори, які переважно і впливають на процес формування ціннісних орієнтацій: по-перше, соціокультурної ситуації, яка склалась в сучасній Україні; по-друге, специфіки молоді як відносно самостійної соціально-демографічної групи. Складність аналізу специфіки молодіжного середовища, ролі й становища молоді в суспільстві, її життєвого рівня і соціального самопочуття, характеру адаптації до соціокультурної системи зумовлена органічним взаємозв'язком ціннісних орієнтацій молоді та соціокультурних перетворень [2, с.183].

Процес інформатизації, під яким розуміють створення інформаційного середовища на базі комп'ютерних та телекомунікаційних технологій, – один з небагатьох процесів в українській соціокультурній реальності. Це напрям, який дає змогу молодим людям не тільки вижити в складних соціально-економічних умовах, що склались в суспільстві, але й успішно зробити кар'єру. Необхідно зазначити, що молодь розуміє переваги, які дають їм інформаційно-комунікаційні технології, й активно засвоюють їх [2, с. 61].

Треба зауважити, що за результатами дослідження «Молодь України-2015», проведеного ГФК ЮКРЕЙН у 2015 році, молоді українці визначили такі пріоритети у своєму житті: 48% опитаних зазначили важливість народження та виховання дітей, 44% — пріоритети, пов'язані з роботою, 36% — заробляння/отримання достатньої кількості грошей та 21% – пошук коханої людини та/або одруження [3]. У 2016 році значна частина молоді зазначила, що в першу чергу найважливішими є власне здоров'я, матеріальний добробут та досягнення поставленої мети, у другу чергу, – третина молоді визначила пріоритетом мир та спокій на українській землі, досягнення соціального статусу/кар'єри, наявність вірних друзів, а також народження та виховання дітей і пошук коханої людини та створення сім'ї, і, у третю чергу – отримання задоволень від життя, пошук роботи за фахом, власне самовдосконалення та здобуття вищої освіти [4].

Оцінюючи свої цінності у життєвій перспективі, молоді люди надають перевагу майже тим самим життєвим цінностям, однак народження та виховання дітей стає для них домінативною цінністю. Окрім цього молодь на майбутнє надає перевагу підвищенню рівня своєї освітньої кваліфікації, приділенню уваги релігійному та духовному розвитку, реалізації своєї громадської активності та захисту національних інтересів України, а також

говорить про бажання зробити щось значуще для свого народу. Тобто молодь визнає важливість для себе інтегративних суспільно-значущих цінностей [1, с. 59].

Можна зробити висновок, що в умовах сучасного суспільства високі ідеали (творчість, прагнення до свободи, самореалізації) у молоді відступають на задній план. Пріоритетними стають цінності індивідуального успіху, що ототожнюються з матеріальним благополуччям. Це зумовлює виникнення суперечності між вимогами сучасного соціуму до молоді та неготовністю певної частки молоді відповідати їм. Власне, саме такі цінності значною мірою визначають ментальність сучасного молодого покоління та соціальні практики українського суспільства

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитрук Н. Між матеріалізмом та постматеріалізмом: ціннісні орієнтації сучасної української молоді // Вісник АПСВТ, 2017, №3. С. 57-67.

2. Шапошникова І. Формування ціннісних орієнтацій сучасної української молоді // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики, 2013, вип. 57. С. 181-187.

3. Молодь України-2015 / ГФК Юкрейн. URL: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/UA/Molod_Ukraine_2015_UA.pdf (дата звернення 18.01.2021).

4. Дмитрук Н., Падалка Г., Кіреєв С. та ін. Цінності української молоді. Результати репрезентативного соціологічного дослідження становища молоді. Київ, 2016. URL: http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/23/Zvit__doslidjennya_2016.pdf (дата звернення 17.01.2021).

Демидова Олеся

студентка І курсу історичного факультету
Маріупольський державний університет, Україна

СІМЕЙНІ ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

На сьогоднішній день інститут сімейних цінностей характеризується здебільшого нестабільністю шлюбних відносин, через що і великою кількістю розлучень. Неповноцінна родина, добровільна бездітність також є досить поширеними явищами, що значно знецінюють соціальну роль родини у свідомості майбутніх поколінь.

Однак сімейні цінності не втратили своєї актуальності серед молоді. Наприклад, за даними соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України за 2009–2014 рр. до п'ятірки найважливіших ознак успіху, на думку молодих людей, є: багатство (44,5%), успішна кар'єра (40,8%), гарне здоров'я (36,8%), гарна сім'я (35,8%), наявність престижних речей (гарної машини, будинку, дачі) – 20,8% [1].

Слід зазначити, що сучасні тенденції в розвитку сім'ї характеризуються певними особливостями.

По – перше, наразі активно поширюється тенденція до рівноправного шлюбу, що зумовлено розповсюдженням ліберальних поглядів у суспільстві. Звісно, стереотипи про те, що чоловік повинен повністю забезпечувати родину, а жінка – дбати про родинний затишок все ще зберігаються, про що свідчать дані опитування Соціологічної групи «Рейтинг» у 2015 році. Проте поширення ідей жіночого руху та визнання суспільством нагальної проблеми непропорційно великого залучення жінок до хатньої роботи вносять значні корективи до звиклої моделі інституту сімейних цінностей. Через що зростає частка молодих людей, які висловлюють переконання, що всі сімейні справи мають виконуватись разом, чи в однаковій мірі розподілятися між чоловіком і дружиною[2].

По – друге, спостерігається додержання принципу егалітаризму на противагу патріархальності, який не обмежує права і гідність чоловіка та жінки, забезпечує кожному з них рівні можливості професійного та духовного зростання.

По-третє, нині створюються реальні передумови для подолання суперечностей між коханням і обов'язком, індивідуальним і суспільним інтересом в інтимному житті людини.

По-четверте, суспільна цінність сім'ї все більше визнається її роллю в примноженні і передаванні в спадковість приватної власності, організації виробництва, організації споживання і побуту тощо [3].

Тобто, можна сказати, що проблеми сучасної сім'ї належать до числа найбільш важливих і актуальних. А інститут сім'ї – найдинамічніший соціальний інститут. Зміни, що відбуваються в нашому суспільстві, неминуче тягнуть за собою і зміни в інституті сім'ї. Через що є необхідним формування у суспільній свідомості суспільних та особистих цінностей, орієнтованих на міцну, гармонійну сім'ю, відповідальне ставлення до всіх членів родини, міцний шлюб, заснований на принципах відповідальності, любові, взаємоповаги як неодмінний атрибут щастя та успіху в житті людини; а з іншого – створення соціально-економічних передумов для функціонування й розвитку сім'ї, підвищення її стабільності [4].

Підбиваючи підсумки, можна зробити висновки про те, за умов різноманіття шлюбно-сімейних форм, стабільно високого числа розлучень і пов'язаного з цим зростання числа неповних сімей, низької народжуваності, зростання кількості дітей, які виховуються без сім'ї, збільшення числа позашлюбних народжень та ін. необхідним є ґрунтовні дослідження сучасної сім'ї та пошук ресурсів для подолання негативних явищ, розробка чинників та механізмів їх відтворення, а також пошук шляхів оптимізації сімейних цінностей сучасної української сім'ї.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойченко І.С. Формування готовності молоді до сімейного життя як складова молодіжної роботи» [Електронний ресурс] // Державний інститут сімейної та молодіжної політики. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://dismp.gov.ua/simejni-tsinnosti-ukrainskoi-molodi-informatsijni-materialy/> (дата звернення : 16.02.2021)
2. Миколук О. Сімейні цінності адаптуються... [Електронний ресурс] // День. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/simeyni-cinnosti-adaptuyutsya>. (дата звернення : 17.02.2021)
3. Новакович М.В. Сім'я як цінність та цінності сім'ї сучасної української молоді [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/11337/1/NRMSE2018_V3_P438-439.pdf. (дата звернення : 17.02.2021)
4. Слюсар Л.І. Сім'я в сучасній Україні: інституційна криза чи постіндустріальна трансформація? [Електронний ресурс]. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/11686/03-Slusar.pdf?sequence=1> (дата звернення : 17.02.2021)

Дерманська Діана

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

ВТОРИННА ЗАЙНЯТІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Сучасне українське суспільство на сьогоднішній день характеризується нестійкою економічною ситуацією. Це в свою чергу призводить до того, що все більше населення вдається до пошуку додаткового заробітку, в тому числі і молодь, яка є найбільшим носієм енергії. Саме молоді сьогодні досить тяжко реалізувати себе і свій потенціал, особливо на ринку праці. Досить часто у процесі навчання студенти розчаровуються у обраній спеціальності, намагаються потурбуватися про майбутнє працевлаштування та набуття досвіду, все частіше вдаються до вторинної зайнятості.

На сьогоднішній день дуже зріс відсоток працюючих студентів, це показує більшість досліджень на дану тему. Аби побачити детальну картину вторинної зайнятості студентів, я в своїй роботі проаналізую дослідження вторинної зайнятості студентів, яке проводив Державний інститут сімейної та молодіжної політики у 2012 році. Аналіз дослідження показав наступні результати: кількість студентів які працювали під час навчання

перевищує 80%, також залежно від курсів кількість студентів які працюють лише збільшується.

Найбільшими мотиваторами працевлаштування студентів стали бажання мати власні кошти(59%) та необхідність заробляти собі на життя(54%), також працювати молодь спонукає бажання самореалізації бажання допомогти батькам(9%), бажання отримати досвід роботи(7%).

Також дослідження показало, що найчастіше профіль роботи студентів найчастіше зовсім не співпадає із спеціальністю які вони отримують(47%), лише 17% студентів вказали, що їхня робота співпадає із спеціальністю які вони отримують у навчальному закладі[1].

Вторинна зайнятість молоді сприяє їх професійній інтеграції та самореалізації, оскільки розширює сфери спілкування, дозволяє накопичувати соціальний досвід і зв'язки, набутий досвід роботи за фахом значною мірою розширює можливості гідного виходу студента на ринок праці. Вторинна зайнятість студентів має велике значення як безпосередній життєвий досвід: людина вже вступила в трудові відносини, змогла познайомитися з декількома видами робіт, випробувати себе в них, зробити для себе вибір. Працюючі студенти при майбутньому працевлаштуванні вже зможуть вписати в своє резюме факт досвіду роботи і тим самим підвищити свої шанси на отримання бажаної вакансії, оскільки сьогодні роботодавці досить часто вимагають досвіду роботи.

Проте поєднання навчання та роботи часто є складним і несе негативні наслідки. Досить часто, та робота яку виконують студенти є малокваліфікованою, та далекою від тої, про яку вони мріють, і яку здобувають у вищих навчальних закладах. Тому досить часто це, є перешкодою їхньому професійному зростанню. Можна сказати, що вторинна зайнятість студентів у таких проявах, негативно відображається на навчальному процесі. Адже досить часто студентам доводиться пропускати навчальний процес, що несе за собою нестачу знань у тій галузі яку вони вивчають. Через постійну перевтому, яка викликана нестачею часу на відпочинок(наприклад до обіду студент на парах, а після на роботі допізна), недоїданням та недосипом, у молоді досить часто виникають проблеми із здоров'ям.

Отже можна зробити висновки, що таки дійсно великий відсоток студентів працевлаштовуються, для того аби спробувати реалізувати себе, та забезпечити собі майбутнє місце роботи. Працевлаштування для студента є такою певною спробою в якості самостійної дорослої особистості. Проте через роботу молодь досить часто забуває про навчання, та набуває негативних наслідків у вигляді не належної якості отриманих знань, проблем із здоров'ям.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вторинна зайнятість студентської молодні м.Києва [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://issuu.com/olegderenuga/docs/vtorinna-zainiatist-20120926>.
2. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія № 18. Економіка і право, 2013. Вип. 23
3. РЕГУЛЮВАННЯ ВТОРИННОЇ ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/2/62.pdf>.
4. . Колот А.М. Еволюція ролі держави та інструментарію її впливу на розвиток соціально-трудової сфери / А.М. Колот // Соціально-трудові відносини: теорія і практика. Збірник наукових праць. – Київ: КНЕУ, 2011. – 144 с
5. Федоренко Н. І. Особливості взаємодії і сприйняття працюючих студентів роботодавцями [Електронний ресурс] / Наталія Іванівна Федоренко // ГРАНІ. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [161-Article%20Text-270-1-10-20161002.pdf](https://doi.org/10.26907/2542-0412.2015.10.161-170).

Довженко Катерина

студентка І курсу факультету торгівлі та маркетингу
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

КАМЕНІ СПОТИКАННЯ І СПОДІВАННЯ МОЛОДІ У КОНТЕКСТІ СЬОГОДЕННЯ

Тлумачення терміну «молодь» надають різні науково-популярні джерела. Вікіпедія визначає молодь як соціально-демографічну групу, відокремлену на основі сукупності вікових характеристик і особливостей соціального стану. Хронологічні, абсолютні вікові границі дискусійні: нижню границю молодості встановлено між 14 і 15, а верхню – між 30 і 35 роками [1]. Згідно з Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», до молоді належать громадяни віком від 14 до 35 років [2].

Сучасна українська молодь дезорієнтована економічними викликами, що стоять перед державою. Закінчуючи середній навчальний заклад, постає питання вибору: залишитися в рідній країні й не мати перспективи розвитку і гідного матеріального становища або виїхати з України на навчання, а згодом працевлаштуватися закордоном. Вибір складний: не всі готові зустрічати виклики і випробування на шляху до омріяного майбутнього. Середній бал атестата мінімум 8; знання іноземної мови на рівні вище середнього, що підтверджується сертифікатом міжнародного рівня після складання екзамену у встановлений термін; іноді тестування й співбесіди на знання профільних предметів – найкоротший список вимог для вступу в європейський ЗВО. Матеріальні

затрати чималі, але шанс жити повноцінним життям, а не існувати, є, тому десятки тисяч молодих людей готові ризикувати.

Головною проблемою нашої держави є незатребуваність високопрофесійних кадрів у всіх сферах: охороні здоров'я, освіти і науки, промисловості, туризмі, ЗМІ тощо. Професії, що вимагають високоінтелектуальних здібностей і зусиль малооплачувані, а отже, неперспективні. Робітничі спеціальності часто більш значимі на ринку праці, і все ж, не можуть конкурувати за рівнем оплати з розвинутими державами. Всі ці фактори змушують молодь шукати кращої долі за межами країни.

Серед інших важливих питань, які постають серед молоді є проблема психічних розладів внаслідок залякування дорослими (батьками, викладачами), отримання незадовільної оцінки, недосягнення «успіху» у дорослому житті. Як наслідок, зростає статистика суїцидальних випадків. Відсутність у старших класах профільної направленості негативно впливає на вибір професії майбутніх абітурієнтів при вступі у середній спеціальний навчальний заклад або університет. Самостійно визначитися з «майбутнім» у 16-17 років важко, практично неможливо. В європейських країнах, в Америці, для прикладу, з професією визначаються у 19-21 рік, часто влаштовуючи собі так званий «gap year», під час якого розмірковують, збираються з думками, відпочивають, подорожують тощо.

Підлітковий вік критичного, швидкозростаючого логічного мислення, прагнення до пізнання всього, що оточує, активності, ініціативності та етично-емоційного розвитку ціннісних орієнтацій. Визначаються життєві пріоритети: кохання, дружба, пошуки сенсу життя, створення сім'ї тощо [3, с.77].

Нестача живої комунікації і штучних, нав'язаних образів у соціальних мережах не сприяє активному, позитивному розвитку особистості. Ізоляція через Covid 19 відібрала можливість спілкування з однолітками, нових знайомств, подорожей.

Несистемна боротьба України з уживанням наркотичних речовин та алкоголю ще одна серйозна перешкода для нормального становлення молодих людей. Кожному необхідно почувати себе у безпеці, серед здорового та вихованого оточення. Соціальне самопочуття молоді є одним із показників розвитку суспільства. Тому, українському уряду доцільно більше уваги приділяти даному питанню, сприяючи розвитку національної приналежності та бажанню розвиватися й жити в рідній країні.

Ціннісні орієнтації молоді формуються не лише на основі соціуму, а й завдяки вихованню та традиціям у родині. Молода людина увійде в дорослий світ більш упевнено, якщо відчуватиме підтримку з боку близьких і рідних. На згадку про дитинство мають спливати теплі спогади безтурботних, веселих, щасливих миттєвостей, подій, свят, що

проводили разом у колі батьків, дідусів, бабусь тощо. За таких обставин, розгубленість напочатку дорослого життя зміниться рішучими кроками у омріяне майбутнє.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Молодь [Електронний ресурс] // Вікіпедія.
2. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні». [Електронний ресурс]
3. Г. Лешук. Вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків. // Молодь і ринок. – 2014. – №3. – С. 76–80

Комарницька Анна

студентка I курсу історичного факультету
ДВНЗ «Маріупольський державний університет», Україна

ВПЛИВ ОТОЧУЮЧОГО СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ПОЯВУ ЕЛЕМЕНТІВ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ СЕРЕД МОЛОДІ

Щодня ми стикаємося з проявом ненормативної поведінки – протизаконними діями, агресією, порушеннями норм моралі...Тоді якою сформується особистість підлітка, підпадаючого під вплив соціального оточення, де така поведінка вважається звичною та нормальною? Адже на розвиток якостей особистості підлітка, його самооцінки та соціального статусу здійснює вплив соціальне оточення, зокрема, школа, родина, група однолітків, засоби масової інформації та стигмації.

Девіантною є поведінка, що відхиляється від установлених у суспільстві норм та стандартів, чи то норми психічного здоров'я, права, культури, моралі, а також поведінка, що не задовольняє соціальні очікування даного суспільства в конкретний період часу. [1]

Соціальна незрілість і фізіологічні особливості організму підлітка ускладнюють соціальну адаптацію дітей і підлітків та призводять до конфліктів з членами родини, однолітками та соціумом. Надмінна імпульсивність, запальність, дратівливість, конфліктність та агресивність, що характерні для цієї вікової групи ускладнюють налагодження відносин та отримання задовольняючого соціального статусу, згідно з підвищеною самооцінкою підлітка у цей період.

Як зазвичай, сім'я є природним середовищем первинної соціалізації сім'ї, джерелом її матеріальної та емоційної підтримки, засобом збереження і передання культурних цінностей від покоління до покоління. Тому конфлікти у сім'ї, низький матеріальний рівень життя сім'ї, аморальний і паразитичний спосіб життя батьків, потуральна гіперпротекція,

гіпопротекція, підвищена моральна відповідальність можуть призвести до зародження причин виникнення девіантної поведінки вже з дитинства.[2]

Ворожість і конфлікти у відносинах відбуваються не тільки в неповних сім'ях, а й у повноцінних. Авторитарне виховання і відсутність поваги до підростаючого покоління знищує батьківський авторитет. Так як вдома підлітка не хочуть зрозуміти, дитина шукає підтримки на стороні і як правило знаходить у не дуже гарній компанії [3]. У таких асоціативних та ретритистичних угрупованнях індивіди поєднані спільними інтересами, прагненням відходу від дійсності та життєвих труднощів, бажанням отримати визнання від однолітків.[4]

Типова риса підліткової групи - надзвичайно висока конформність. Перехідний вік - час конформізму, коли один залежить від всіх і часом готовий беззаперечно виконати те, на що його підштовхує група. До думки групи і її лідера відносяться некритично. Це явище обумовлене частково характерними риси пубертатного періоду: залежністю від оточення, страхом виявитися зовні співтовариства однолітків, бути не прийнятим ними, підлеглість групі. Цьому сприяє також відсутність певних комунікативних умінь: відмовити, приймати критику і критикувати, адекватно реагувати як на похвалу, комплімент, так і на негативний вислів на свою адресу, усвідомлення відповідальності за свою поведінку тощо. Бажання злитися з групою, нічим не вирізнятися, зумовлене також потребою підлітків у безпеці, особливо при зниженні самооцінки в підлітковому віці. Гостро стоїть проблема прийняття системи групових норм для нового члена групи, котрий адаптується в незвичній для нього системі відносин. [4]

Шкільна дезадаптація та негативні педагогічні впливи можуть призвести до відхилення чи затримки розвитку дітей та підлітків, соціально-психічної депривації школяра, або до культурної і соціально-педагогічної занедбаності. Цього можливо було б уникнути за однаковості вимог вихователів, забезпечення емоційного комфорту школяреві та уникнення приклеювання «ярликів». [4]

Соціальна стигматизація відіграє велику роль для індивіда у соціумі. Особливо для підлітка, що шукає визнання та якому важлива думка оточуючих. Навішування ярликів частіше надходить від однолітків, завдяки цьому підліток отримує несхвалення найближчого соціального кола та втрати допомоги чи певних прав.

Отже, для молоді велике значення відіграє соціальне оточення та сприйняття ним особи. “Несформована” дитина чи підліток переймає звички та поведінку людського кола чи групи, де вона відчуває себе авторитетною, захищеною та зі здатністю відволіктися від проблем. Не отримуючи підтримки та порозуміння підліток шукає їх де-небудь, потрапляючи до асоціальних груп і т.п. Проблема девіантності повинна вирішуватися через

підвищення ролі сім'ї в профілактиці такої поведінки підлітків. Також необхідне підвищення виховної ролі школи в попередженні та подоланні відхилень у дітей – підготовки якості вчительського складу, створення при школах соціальної служби, яка б могла б сприяти індивідуалізації роботи з девіантними підлітками, розвиток системи позанавчальної виховної роботи з ними в умовах школи. Та найголовніше те, що єдність сім'ї та школи об'єднує та підсилює виховний вплив на девіантів. Сукупність усіх цих соціальних чинників справляє істотний вплив на розвиток особистості підлітка. [5]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шнейдер Л. Б. Девиантное поведение детей и подростков. – М.: Академический Проект, 2005. – С. 8-23
2. Личко А.Є. Підліткова психіатрія. – Вид. 2-ге, доп. і перераб. – Л.: Медицина, 1985. – 416с.
3. <https://times.zt.ua/deviantna-povedinka-pidlitkiv-v-simyi/>
4. Вольнова Л.М. Профілактика девіантної поведінки підлітків: навч.-метод. посібник до спецкурсу «Психологія девіацій» для студентів спеціальності «Соціальна робота» у двох частинах. – Ч. 1. Теоретична частина. – 2-ге вид., перероб і доповн. – К., 2016. – 188 с.
5. <http://v.zosh.zt.ua/osoblivosti-deviantnoyi-povedinki/>

Кононенко Тетяна

студентка III курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ

Як ми знаємо, пандемія досі змушує людей адаптуватися до нових умов життя та змінювати свої пріоритети, вподобання та шукати нові шляхи до самореалізації та самомотивації.

Однією зі складових, що впливає на особистість протягом життя є її цінності, які можуть впливати на вибір моделі поведінки та досягання мети, в залежності від того, які цілі вони підтримують. Тому, нам потрібно спочатку розуміти, що значить дане поняття, в той час, як ціннісні орієнтації людини є більш широким поняттям та можуть включати в себе декілька цінностей, які можна виділяти за різними класифікаціям.

Цінності – будь-яке матеріальне або певне уявне явище, яке може мати значення для конкретної особистості чи усього суспільства, заради якого вона діє.

Для того, аби зрозуміти, які ціннісні орієнтації зараз є більш розповсюдженими та мають вплив на молодь саме зараз – у час пандемії – ми використовували «Ціннісний опитувальник» Шварца, де можна було у балах побачити важливість окремих ціннісних орієнтацій для людини. Таких орієнтацій, за опитувальником, було десять: влада, досягнення, самостійність, гедонізм, стимуляція, універсалізм, доброта, безпека, традиції, конформність.

Дане дослідження надало нам змогу побачити, які ціннісні орієнтації зараз є більш розповсюдженими чи зовсім не «потрібними» серед молоді та зробити припущення щодо їх зв'язку із пандемією та її наслідками.

Процес визначення загальноважливих цінностей проходив наступним чином: онлайн-версія опитувальника надавала результати у вигляді балів (найбільше балів набирала та цінність, що була найважливішою для особистості, а найменш важлива цінність мала найменше балів), після чого бали усіх людей по кожній із орієнтацій сумувалися і ми отримували загальну суму балів по кожній шкалі. Це надало можливість побачити загальну статистику щодо важливості кожної цінності для наших респондентів в цілому, а не тільки для окремих осіб.

Ми отримали такі сумарні дані: влада - 1329, досягнення - 1514, самостійність - 1939, гедонізм - 1835, стимуляція - 1636, універсалізм - 1649, доброта - 1700, безпека - 1823, традиції - 1237, конформність - 1558.

Як ми бачимо найбільше балів у самостійності, а найменше у традицій. Саме ці дві цінності ми будемо розглядати в даних тезах.

Самостійність, як цінність є найбільшою за кількістю балів серед молоді під час пандемії. Даний результат може вказувати на декілька можливих причин: 1. Під час пандемії люди частіше стикалися з проблемами, які вимагали від них швидких рішень, самостійності, організованості та дисциплінованості. Прикладом може бути: пошук роботи в умовах карантину для оплати необхідних поточних рахунків, навчання, коли зникає необхідність відвідування навчальних закладів і є можливість скопіювати завдання у друзів, замість самостійного опрацювання, життя самому, без допомоги родичів чи друзів, які могли приходити у будь-який час тощо; 2. Дана цінність характерна для особистості віком до 25 років, коли особистість відділяється від батьків та може починати самостійне життя, чи частково самостійне життя (пошук роботи, будівництва романтичних відносин, сплачувані за власні потреби, але при цьому жити з батьками чи приймати їх допомогу в оплаті/пошуку житла). Це також може бути проявом кризи ранньої зрілості (20-25 років); 3. Вимушеність бути самостійним, самоорганізованим та самодисциплінованим, адже пандемія змусила

змінювати звичний ритм життя, що підсилило кризу ранньої зрілості, та ще більше виразилося в самостійних діях різного характеру особистості.

Традиції, як цінність з найменшою кількістю балів серед молоді під час пандемії. Даний результат може вказувати на декілька можливих причин: 1. Наслідок змінених умов життя та адаптації під час пандемії. Сама сутність певних ритуалів, традицій може залишатися, але при цьому може змінюватися форма чи переходити у зовсім інший формат, змінювати свій механізм дій. Прикладом може слугувати щотижнева зустріч з родичами, які живуть в різних куточках міста, під час пандемії може перетворитися у онлайн-зустрічі. Тобто, традиції можуть адаптуватися, зазнавати змін, або взагалі зникати, що не буде приносити дискомфорту; 2. Також, говорячи про кризу ранньої зрілості можна вважати, що молоді люди будуть намагатися вводити у своє життя власні традиції, а не ті які були у їх батьків. На це також може впливати те, що батьківські традиції є традиціями радянського періоду, що може суперечити нових реаліям життя чи іншим цінностям сучасної молоді.

Тобто, ми можемо сказати, що неможливо визначити конкретної причини таких результатів, але ми можемо допустити, що великий вплив має саме зміна життя – адаптація – під час пандемії та криза ранньої зрілості особистості, яка може виражатися в багатьох варіантах.

Отже, як ми вже зазначали, цінності – будь-яке матеріальне або уявне явище, яке може мати значення для конкретної особистості чи усього суспільства, заради якого вона діє; а ціннісні орієнтації людини є більш широким поняттям та можуть включати в себе декілька цінностей, які можна виділяти за різними класифікаціям. Використовуючи «Ціннісний опитувальник» Шварца ми визначили, що найбільше балів у самостійності, а найменше у традицій. Не зважаючи на те, що неможливо визначити конкретної причини таких результатів, але ми можемо допустити, що великий вплив має саме зміна життя – адаптація – під час пандемії та криза ранньої зрілості особистості, яка може виражатися в багатьох варіантах.

Кошелап Катерина

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

ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ ОЧИМА МОЛОДІ

Згідно із статтею 102 розділу V Конституції України «Президент України є главою держави і виступає від її імені. Президент України є гарантом державного суверенітету, територіальної цілісності України, додержання Конституції України, прав і свобод людини і громадянина» [1]. Проте лише цим роль Президента не обмежується.

Станом на 2021 рік посаду Президента України займає шостий очільник. При цьому за 29 років незалежності не було жодного лідера, який би заручився абсолютною підтримкою та задовольняв громадян після обрання його на пост Президента.

Стоячи перед президентськими виборами, кожен громадянин не раз роздумує над тим, кому довірити долю країни, держави та суспільства. Сьогодні існує тренд, якій підсилюється засобами масової інформації, що найбільше поваги й довір'я у виборців завжди викликають ті люди, хто вже напочатку, обираючи стежку свого життя, обирали професії, що найбільше служать людям. Такими, в першу чергу, вважають лікарів, що присвятили себе лікуванню людей, священників, які дбають про духовне життя, лікують душі людей, та вчителів, які вчать бути достойними людьми. Але чи володіють такі люди достатньою компетенцією, чи не є бажання виборців перебільшеними, і чи збігаються їх очікуваннями з реальними можливостями кандидатів варто досліджувати.

На пост Президента України, як правило, балотуються не менше десяти кандидатів, але українці завжди нарікають, що очільник не виправдовує їх очікування, при цьому забуваючи, що обрали вони його самі. А отже існує проблема, яка полягає в існуючому протиріччі між необхідністю усвідомлення електоратом образу Президента та не вмінням чітко визначати власні очікування від реально обраного Президента.

Результати виборів 2019 року дали чітко зрозуміти, що молодь в Україні – це потужна політична сила, виборці, які мають світлий розум, здатні до аналізу. Своєю великою підтримкою вони привели кандидата Зеленського В.О. на пост глави держави, і після цього випадку не виникає сумнівів, що це нове покоління, вільне від радянських стереотипів і цілком готове до рішучих змін. І саме на цю групу варто акцентувати увагу, вивчати, аналізувати та порівнювати у часовій динаміці, адже надалі це будуть політично активні громадяни, які впливатимуть на доленосні рішення держави. Це люди з абсолютно інакшим

мисленням та політичними уявленнями, аніж їх батьки – мілленіали. Їх бажання необхідно враховувати, втілювати та передбачувати.

Для прикладу, згідно із Всеукраїнським опитуванням «Молодь України 2017», що здійснювалося Центром «Нова Європа» та Фондом ім. Фрідріха Еберта спільно з соціологічною компанією GfK Ukraine "Молодь України, було встановлено, що українська молодь здебільшого не цікавиться політикою та не є достатньо активною. Згідно з результатами дослідження всього 2% молодих людей є членами громадських організацій, а 62% української молоді не брали участі в діяльності жодної організації громадянського суспільства впродовж 12 місяців.

Такі моніторинги необхідно проводити систематично, відслідковувати зміни та розробляти рекомендації для вирішення проблеми, адже насправді це дуже важливо. Влада покликана служити народу, але якщо громадяни не розумітимуться на політиці, вони не зможуть контролювати своїх обранців і стануть залежними від громадської думки, яка може бути хибною. Це ще раз підтверджує важливість таких спостережень.

Завдяки соціологічним дослідженням політичних симпатій, зокрема серед молоді, є можливість підбирати системних, політично привабливих кандидатів як на пост Президента, так і на пости депутатів. А ще завдяки цьому вдасться побудувати громадянську освіту, зокрема в школах та університетах. Адже кожен голос від молоді важливий. Громадяни повинні бути не лише активними, але й обізнаними, визначеними та конкретними.

Саме тому важливим є вивчення бажаного портрету Президента серед молоді. Окрім статистичних даних, це дуже гарна можливість для кожного респондента задуматися, чого він насправді хоче.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України [Електронний ресурс]: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80/ed19960628#Text>

2. Л. Купчик. Ідеальний президент//Український погляд – 2020. 17 лют. – Режим доступу: <http://ukrpohliad.org/blogs/idealnyj-prezydent.html>

3. Громадська та політична активність молоді: сучасна дійсність//Громадський простір. -2019. 5 трав. 15.05.2019 - Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?focus=hromadska-ta-politychna-aktyvnist-molodi-suchasna-dijsnist>

ВПЛИВ COVID-19 НА АДАПТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПОКОЛІННЯ «Z»

Уже досить довгий час увесь світ пристосовується до умов, які створила пандемія. Людство змушене звичаяватись до нових викликів. Молодь, на відміну від представників старших поколінь, сприймає інформаційно-мережеві технології позитивно, краще володіє технічними навичками і частіше має доступ до Всесвітньої мережі.

Пандемія COVID-19 особливо вплинула на молодь та ту її частину, яку називають поколінням Z. Її особливостями є: розмивання меж між реальним та віртуальним світом; важливість персоналізації та практичності; прагнення робити все самостійно, починаючи від здобуття знань, опановування вмінь та пошуків заробітку вже у підлітковому віці; висока технологічність та адаптивність до нових технологій [1].

Теорія поколінь привертає все більшу увагу вчених, оскільки одні її підтверджують та прогнозують яким буде наступне покоління, а інші спростовують та зазначають, що вона занадто уособлена. Ця теорія була створена американськими вченими Н. Хоувом і В. Штраусом у 1991 році. Основи цієї теорії були викладені в книзі «Покоління» [2].

На підтвердження цієї теорії, під час навчальної практики мною було проведено пілотажне соціологічне дослідження про те, як живе молодь, а саме покоління Z, під час пандемії та чи змогли вони адаптуватися до даних умов:

- 33,3% молодих респондентів припускають, що загроза COVID-19 є для них небезпечною проти 31,7% тих, хто вважає, що загрози скоріше немає;
- 63,5% представників покоління Z вважають, що COVID-19 значно вплинув на їхнє життя;
- 42,9% опитаних зазначили, що вони адаптувалися до віддаленої роботи, їм подобається працювати дистанційно, бо так комфортніше не потрібно витратити час та кошти на дорогу, а домашня атмосфера є приємнішою;
- 52,4% респондентів дали відповіді, що їм комфортно навчатися дистанційно. Основною причиною є те, що їм вдається поєднувати і роботу навчання; 27,0% вказали, що краще навчатися очно, адже для них важливе живе спілкування і вони так краще засвоюють матеріал;

- 49,2% респонденти зазначили, що адаптувалися до умов пандемії, налагодили свій розпорядок дня й витрачають більше часу на самоосвіту;

- 27,0% опитаних, вважають що пандемія вплинула на їх психічне здоров'я, а 38,1% зазначили, що дана ситуація ніяк не вплинула на їхнє психічне здоров'я;

- 39,7% респондентів зазначають, що пандемія вплинула на їхнє оточення та 31,7% вважають, що нічого не змінилося.

Виходячи з результатів дослідження, можна побачити, що думки респондентів розділися майже порівну. Одна половина респондентів вважають, що COVID-19 особисто для них є загрозою, інша половина переконані, що загрози, скоріше немає. Проте більша частина опитаних (63,5%) вважають, що пандемія помітно вплинула на їх життя. Достатня кількість представників покоління Z змогли адаптуватися до нових умов, при звичаїлися до дистанційної освіти та праці і вважають, що так набагато комфортніше, адже не потрібно витрачати час та кошти на дорогу.

Отже, можна зробити висновок, що покоління Z – це цифрове покоління. Воно досить легко призвичаїлося до нових умов, може повноцінно спілкуватися різноманітними технічними засобами, а також навчатися і працювати в дистанційному режимі. Однак, дослідження демонструє, що є прихильники живого спілкування, яке відбувається безпосередньо віч-на-віч, де «включено» всі доступні засоби комунікації. Можемо припустити, що найближчим часом важливим викликом стане пошук балансу між віртуальним та реальним спілкуванням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чуб О.В. Вплив цифрової нерівності на зайнятість молоді // Розвиток обліку, аудиту та оподаткування в умовах інноваційної трансформації соціально-економічних систем: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2020 р. – Кропивницький: Ексклюзив-Систем, 2020. – С. 380 – 382.

2. М.П.Денисенко. Теорія поколінь та який її вплив на сучасний бізнес. – С46-49

3. Опанасенко Ю. М. Покоління Z: нові виклики для освіти // Нова грамотність у цифровому столітті: Матеріали обласної науковопрактичної інтернет-конференції. – Черкаси : ЧОПОПП, 2016. – С. 51 – 54.

4. Хто такі «ікси» та «ігреки» і як їм порозумітися з «зетами». – Режим доступу: <https://cutt.ly/rk5YGnm>

5. Беленок О. А., Мацко-Демиденко І. В. Рекреаційна поведінка громадян України в контексті здоров'я збереження.- Режим доступу: <https://cutt.ly/Jk5Ya4b>.

6. Дембіцький С. С. Вивчення психологічного дистресу в соціологічних дослідженнях: історія та методологія. – Режим доступу: <https://cutt.ly/6k5YvoI>.

7. Шевченко С. Л. Громадянська ідентичність в емоційних вимірах.- Режим доступу: <https://cutt.ly/Dk5YYct>.

МІГРАЦІЙНІ НАСТРОЇ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА

Головними чинниками, які визначають інтенсивність і напрями міжнародних потоків українських студентів, є транскордонний характер територій та асиметрія соціально-економічного розвитку країни. Статистика науково-аналітичного центру CEDOS засвідчує зростаючу динаміку числа студентів з України у державах-членах Євросоюзу (рис. 1).

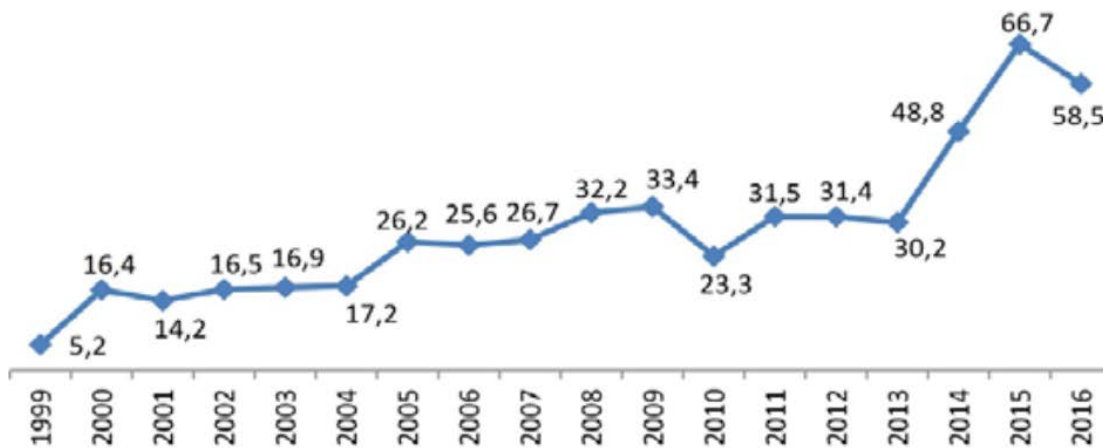
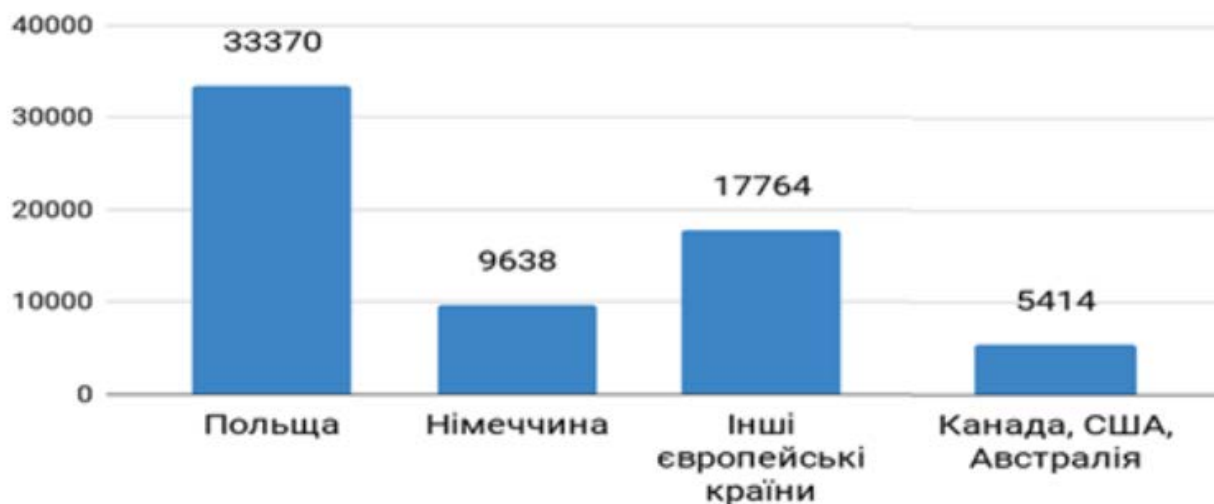


Рис. 1. Динаміка зростання числа українських студентів у європейських країнах

Джерело: [1]

Важливо звернути увагу на те, що європейські країни пропонують пільги випускникам ВНЗ. Наприклад, надається період для пошуку роботи після закінчення вишу: 6 місяців в Австрії та Франції, 1 рік у Польщі, 1,5 роки у Німеччині. Такі привабливі перспективи заохочують українських студентів. У 2016 році Європарламент затвердив директиву, яка зобов'язує усіх членів ЄС (крім Великої Британії, Данії, Ірландії) дозволити іноземним студентам залишатись у тій чи іншій країні Євросоюзу на 9 місяців з метою працевлаштування та самореалізації. Українську молодь цікавлять держави, які надають студентам стипендії або гранти на навчання (Німеччина, Фінляндія, Франція, Чехія). За період з 1992 по 2019 р. 1000 українців отримали стипендії по програмі Fulbright у США [2, с. 498]. Вибір країни для навчання за кордоном залежить від територіальної близькості країн, мовного бар'єру, вартості навчання, забезпечення гуртожитком, наявності пільг, стипендій та безкоштовних програм. Рисунок 2 покрайіново демонструє напрямки освітньої міграції українських студентів.



Джерело: [3]

В Україні відбувається активна рекламна кампанія вступу до вузів Польщі. Серед інструментів розгорнутої PR-кампанії переваг навчання у Польщі: ліберальні умови вступу, можливість вчитись безкоштовно (особливо при наявності Карти поляка), соціальні стипендії, допомога у харчуванні та проживанні, зарахування на бюджет за високі результати і досягнення у навчанні, спорті, а також спрощена система подачі документів через Інтернет, web-сайт установи. У реальному житті більшість українських студентів вчаться на контрактній основі і тим самим покращують фінансову складову освітньої сфери Польщі. Та все ж факт “українізації вищої освіти” викликає негативне ставлення до нього польського суспільства.

Активізація процесів зовнішньої міграції призводить до втрати Україною значної кількості випускників шкіл (в окремих регіонах майже половину), які обирають для навчання університети інших країн, і часто пов’язують своє майбутнє місце праці саме за кордоном, де здобувають вищу освіту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дмитрук Б.П., Светлова Н.М. Світові міграційні процеси: мотивація, види й наслідки для країн виїзду та приймаючих країн. Вісник Східноєвропейського ун-ту економіки й менеджменту. 2016. Вип. 1(20). С. 18–27.
2. Спуріна С. О. Тенденції освітньої міграції та її вплив на інституційне середовище в Україні. Вісник Мукачівського держ. ун-ту. 2019. Вип. 1. С. 496–505
3. Чалюк Ю. О. PEST-аналіз причин міграції населення до країн Євросоюзу. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 49. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/14.pdf

Plotnikova Olena

senior lecturer,
*State University «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman», Ukraine*

Pitiakova Nataliia

2-year student,
*State University «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman», Ukraine*

THE MAIN TENDENCIES IN DEVELOPING YOUTH VALUE ORIENTATIONS

Every person as a social being lives and acts in a certain system of values. To identify these values, we need to know what people respect and what they condemn, what they aspire to and what they believe in. This is important from the point of the impact of such guidelines on a person's attitude to the world and to themselves, in the frames of human behavior in the society. Therefore, studying changes in the youth value orientations is vital, because of their effect on social, cultural, moral and political spheres of life.

Value orientations are interrelated values that motivate a person and determine certain life directions. By values, we mean a concept that indicates a personal significance of phenomena and facts of reality. That is, values reflect a person's way of life. In the philosophical dictionary, value orientations are defined as “important elements of the internal structure of an individual, which are enshrined by life experience of this individual” [1]. The **purpose** of the article is to research life processes that affect young people, their priorities and values. We analyzed the value orientations of the younger generation to identify the main tendencies that have an influence on their development.

Well-known Ukrainian scientists as V. Andrushchenko, L. Hubersky, P. Kononenko, V. Kremin, V. Luhovy, I. Nadolny and others paid considerable attention to the problem of value orientations of student youth. Having researched their works, we allocated such tendencies as mass media, work, family and time of education to consider in the following article.

One of the most influential in the formation of value orientations is **mass media**. While watching various TV shows or reading articles on the Internet, young people adopt certain guidelines to use in their everyday lives. Media occupying a large part of their leisure time has become an important influential instrument on their spiritual world, cultural values and attitudes to their peers [2;3]. “The world of values, - writes A. Zdravomyslov, - is, primarily, the world of culture in the broadest sense of the word, it is the sphere of spiritual activity of man, his

moral consciousness, his commitment - those assessments in which the measure of the spiritual wealth of the individual is revealed" [4, p. 202-203].

One of the ways to provide their spiritual and material needs is **work**. Through work, their desires and plans become real. However, the research shows that the value of labour has changed significantly over the past decades. Thus, if the value of interesting work among juveniles used to be in the first place, 2/3 of respondents would prefer it, now it occupies the fourth place. [7, (5), c.113] That is, modern youth pays more attention to obtaining high income and a good position. So, their high status in society is the major priority for the students in the 21st century, while family values are losing their precession [6, p.7].

The **family** and conditions in which a person grew up have a great influence on the formation of value orientations, because, in the first years of their mature life, a person relies on them. Although today's young people are rapidly deviating from parental guidelines; so they consider their own views the best, however, they still preserve some rules obtained in their childhood. Children see how decisions are made, how conflicts are resolved in their families that is why any child or teenager easily adopts their parents' module of behaviour. It is in the family, due to its traditions, significant value orientations are preserved and translated, as well as the attitude to future activities. All this significantly influences the formation of the individual's own value orientations [5, p.111, p.113; 6, p.3].

An important period in building value orientations of the young generation is the time of **education**, the process of acquiring knowledge and mastering the skills of professional activity. The learning environment itself produces a significant impact on their outlook. Being admitted to university, young people take an important step to face their adult life, because it is here that life awareness takes place. During this period, a person begins to think about their own goals, desires, makes plans for the future and chooses a professional area in which it would be interesting to work. According to E. Erickson, being in a higher educational institution is a "statutory delay" in accepting the role of an adult, so the period of study is the most important, because of professional and personal self-determination, and the formation of personality [7, p. 45]. Being educated, youngsters gain more and more new skills and competencies, change their views, and, accordingly, form mature value orientations.

In 2020, a survey was conducted among the 2nd-academic-year students in KNEU. It asked to choose three out of nine the most important value orientations for them. About 70 responses were analyzed. As it revealed, the most important thing for themselves they saw in their **social and creative realization**, to become successful in creating material or spiritual values; creative, resultative, pedagogical or other type of work; and, of course, getting pleasure from its good results. According to one third of the respondents, creative realization became meaningful due to

family and children, which helped to "spiritually experience oneself" in the spirituality of their own children. Many of the responders also emphasized the importance of seeking for various entertainment and avoiding suffering; attitude to life as a holiday and interesting leisure time.

Leadership has unexpectedly become less valuable among the adolescents than it used to be. Such aspirations for power or leadership among young people, as managing others, educating, teaching them, influencing them, which were quite popular in previous years, have become inferior to the values of creativity and self-realization. This is connected with the consequences of the "lockdown", reducing social realization importance, and understanding that the world has been changing.

Thus, as V.T. Lisovsky notes, "the younger generation found itself in the situation" while continuing to develop its inherited values and being in its formation stage, it has to work out its new values independently [8].

In conclusion, this study confirms that revaluation of values has occurred, and, accordingly, new tendencies are being formed. The tendency to increase the importance of such material values as money and career in the lives of young people is observed. However, family, as a value, continues to retain its significance; the values of self-realization which forms own individuality and significance in society come to the foreground. Society expects the role of youth in the future to be connected with its active life position and its belief that only a person can build their own destiny and happiness independently, without any external influence.

Literature

1. Философский энциклопедический словарь / [гл. ред. Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев]. – М. : Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с.
2. Баранівський В.Ф. Ціннісні орієнтації студентської молоді та їх роль в консолідації українського суспільства. // Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/229042179.pdf>
3. Драч С. В. Ціннісні орієнтації студентської молоді українського суспільства: сутність та динаміка // Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpkhist_2010_2_9.
4. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – 223 с.
5. Сіпакова О.А. Ціннісні орієнтації студентської молоді. - Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2014. - № 3 (24). // <https://core.ac.uk/download/pdf/229858178.pdf>
6. Наталія Левковська. Динаміка ціннісних орієнтацій молоді . – // Режим доступу: https://iapiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/levkovska_dynamika.pdf
7. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис ; [пер. с англ. А. В. Толстых] / Э. Эриксон. – М.:Флинта, 2006. – 342 с.
8. Лисовский В. Т. Динамика социальных изменений // Социс – 1998. - №5.
9. Закон України «Про вищу освіту». // <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Сучасна молодь має особливий характер і риси, які суттєво відрізняють її з поміж інших соціальних груп, а понад усе – від старшого покоління. Якщо старше покоління, загартоване не менш складними соціально-економічними катаклізмами, реагує більш-менш стримано, то молода генерація, котру до певного часу виховували на ідеях світлого майбутнього, втрачає віру в будь-які ідеї взагалі. Потрібно враховувати і те, що наша країна довгий час піддавалася тиску, гнобленню, духовному і фізичному знищенню, тому багато чого було втрачено у своїй ментальності.

Основою усіх демократичних перетворень у нашому суспільстві є розвиток духовності, національний ренесанс і зміцнення національної самосвідомості кожного громадянина. До цього слід додати йзагальні обставини, що стосуються усіх громадян України, і особливо молодих, незалежно від місця проживання. Свідомість кожного українського громадянина на початку XXI ст. зазнала «потужних ударів» і постала перед неминучою необхідністю вибирати подальший шлях: повернутися до патерналістської моделі, коли за тебе все вирішується, чи зробити рішучий крок до самостійного вибору свого подальшого життя. Проблема полягає в тому, що досить важко визначити, кого в нашому суспільстві нині більше: інтерналів (людей, які вважають, що все залежить від них самих і їх діяльності); екстерналів (тих, хто в усьому звинувачує зовнішні обставини) чи амбівалентів (тих, хто не може визначити, від кого саме залежить їх доля). Хоча зрозумілим є те, в суспільстві повинні переважати саме інтернали: люди, які мають активну життєву позицію. Але важливе значення має те, чи займає або займе таку позицію молоде покоління української держави.

Дбаючи про формування національної самосвідомості, було б помилково вважати, що для цього достатньо лише більш активно займатися питаннями мови, традицій, культури, звичаїв, що притаманні українському народу. Важливо відмітити, що самосвідомість ґрунтується на певному ціннісному просторі. Крім того сьогодні уже не викликає сумнівів, що радикальні зміни в економіці, політиці, системі державного управління 294 потребують ціннісного обґрунтування (санкціонування), що система цінностей, яка формує основу світогляду людей, може виступати і як фактор, що прискорює

розвиток суспільства, і як бар'єр на шляху такого розвитку. Інституціональні перетворення стають дійсно безповоротними тільки тоді, коли вони приймаються суспільством і закріплюються в системі цінностей, на які дане суспільство орієнтується. Тому вважається, що зміни в світогляді населення слугують значимим індикатором реальності суспільної трансформації в цілому. Аналіз таких змін може дозволити краще зрозуміти причини успіхів та невдач в тих інституціональних перетвореннях, які відбуваються в нашому суспільстві сьогодні, а також оцінити ефективність самої трансформації суспільства.

Оскільки цінності відбивають сутність соціального життя певного суспільства, його конкретний спосіб життя, вони є відносними, а не абсолютними. Зі зміною суспільних відносин відбувається переоцінка цінностей: багато з того що вважалось абсолютними беззаперечним, знецінюється і, навпаки, зміни в суспільстві породжують нові цінності.

Суспільна свідомість молоді, комплекс її характерів, менталітет в усіх його протиріччях, система основних типів особистості в процесі соціалізації визначається певною самостійністю, активністю, здатністю до саморозвитку. В умовах сучасного суспільства духовна сфера становлення і розвитку молодого покоління схильна до відчуження, одним з ознак якого виступає криза молоді в духовній сфері.

Процес сучасної трансформації українського суспільства має значний вплив на масову свідомість української молоді. Зміна форм власності, ідеологічний плюралізм, становлення демократичних інститутів, виборність органів влади зумовили формування в їх свідомості нової системи цінностей. В меншій мірі ці зміни торкнулися таких традиційних цінностей як сім'я, друзі, релігія та ін. Більше того, значення цих цінностей все більше зростає, оскільки саме в таких цінностях молоді люди шукають захист від життєвих труднощів. В той же час молодь проявляє досить низьку здатність до суспільної самоорганізації, а потенціал соціальної активності в суспільстві порівняно невеликий.

Система цінностей в суспільстві, їх характер і особливості є своєрідним орієнтиром в формуванні світогляду, духовності молодої людини, а бажання оволодіти ними – найважливіша умова отримання молодою людиною життєвого досвіду і його соціалізації. Цінності завжди існують і видозмінюються, так як змінюються цілі покоління людей, наслідуючи і позитивний і негативний досвід своїх попередників.

З точки зору пріоритетності індивідуальні цінності людини завжди превалюють над громадянськими. Країни, які знаходяться на етапі трансформації, можуть сформуватися як дійсно демократичні, гуманістичні на системі нових цінностей, які відповідають потребам громадян. Кожен народ, нація мають свою систему цінностей, яка повинна логічно вписуватися і проявлятися в системі об'єктивних загальнолюдських цінностей (свобода, гуманізм, справедливість, добро, щастя, сім'я, здоров'я, культура, нація та ін.). Важливо

відмітити те, що для формування особистості як громадянина однаково важливі як національні цінності, так і загальнолюдські, які інтегрують особистість не тільки у власну державу, а й у всі світові співтовариства.

Перетворення суспільства супроводжується як правило, сильним соціальним та соціально-психологічним стресом, докорінною переоцінкою цінностей, що становлять основу свідомості. У стабільному суспільстві людина, навіть якщо вона непогоджується з деякими соціальними нормами, знає, що в разі їх порушення до неї будуть застосовані санкції (від засудження з боку громадськості до переслідування за законом). Потрібно брати до уваги те, що сьогодні на одне покоління випадає зміна кількох історичних, ідеологічних і навіть релігійних парадигм. Досвід, через який пройшли інші країни, свідчить, що передавання соціальних цінностей від покоління до покоління навіть в рамках відносно стабільної політичної системи відбувається неоднозначно.

Процеси, що мали місце в українському суспільстві, спричинили розшарування суспільства на тих, хто швидко відмовляється від старого і починає жити і думати по-новому, і тих, хто повільно включається у цей процес. І саме молодіжне середовище – це лабораторія, яка виробляє та апробує невідомі раніше цінності, відносини, моделі поведінки, культурні норми та зразки. На базі проведених досліджень соціологи відзначають соціальний песимізм, фрустрацію, що проявляється у невпевненості у майбутньому; глибокий ціннісно-моральний вакуум, що виник внаслідок втрати віри у колишні духовні цінності. Вчені вважають такі тенденції панівними у розвитку суспільної та індивідуальної свідомості в Україні. Цілі суспільства виробляються на основі цінностей і становлять моделі майбутнього стану.

В сучасній ситуації, що склалася в українському суспільстві цінності виступають вищими принципами, які забезпечують злагоду в малих соціальних групах та суспільстві в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рудакевич О. М. Руйнація та шляхи відродження політичної культури українського народу // Політологічний вісник. Науково-аналітичний збірник. К. 1994. С. 116.
2. Головатий Н. Ф. Соціологія молоді. – К. 1999. С. 224.
3. Яковенко А. Вплив суспільних чинників на студентську молодь // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2000. № 1 С. 84.

Поліщук Уляна

студентка I курсу факультету психології та соціології
Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Любчук Валентина

к.соц. н., доцент
кафедра загальної і соціальної психології та соціології
факультет психології та соціології
Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

ЦІННОСТІ ТА СУЧАСНА МОЛОДЬ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Молодь першою відповідає на виклики сучасного життя, першою відчуває зміни у його ритмі. Сучасна молодь суттєво відрізняється структурою цінностей, сприйняттям, мисленням, поглядами на життя, тощо від попередніх поколінь. Нинішня молодь вважається найбільш незрозумілою, адже руйнує всі стереотипи. Вона, з одного боку, повільніше дорослішає, а, з іншого – швидше реагує на зміни, має власне бачення.

Молодь турбують ті проблеми, про які влада немає уявлення, або не бажає вникати в їхню сутність. Допоки розрив у сприйнятті проблем та реагуванні на їхнє вирішення не зміниться - не буде позитивних змін і покращання становища молоді [1]. У сучасній молоді погляди відрізняються майже на все: сім'ю, освіту, роботу, релігію, політику, екологічну ситуацію, зміни в житті.

Мета: окреслити сукупність цінностей сучасної молоді у ціннісному потенціалі суспільства.

Дослідження цінностей, ціннісних орієнтацій в соціології привертало увагу багатьох науковців. Зокрема, до цієї теми зверталися Ф. Знанецький і У. Томас, Г. Спенсер, М. Вебер, Е. Дюркгейм, Т. Парсонс, серед сучасних авторів цю проблему вивчали зокрема О. Ручка, М. Титма, О. Здравомислов, В. Оссовський, О. Балакірева, Н. Дмитрук, О. Савчук, Н. Левковська О. Сіпакова, І. Шапошникова І. Бушман, Н. Статінова та інші.

Однією із важливих цінностей у сучасному суспільстві є цінність освіти. Для більшості молоді, наприклад, середня освіта, здобута у школі, не дозволяє розкрити їх особистість та допомогти зрозуміти свою неординарність та важливість. Щодо вищої освіти, то для навчання по спеціальності вона не зовсім затребувана, оскільки не відповідає стрімкому розвитку технологій і зміні попиту, тенденціям ринку праці. Чому

ж варто здобувати вищу освіту? Це місце для прекрасного навчання нетворкінгу, що є важливим та необхідним навиком у сучасному соціумі.

Для молоді важливо швидко пристосовуватись, опанувати нове. Нинішнє покоління звернулось до «softskills», тобто «м'яких навичок», які необхідні для будь-якої спеціальності та роботи. Вмінням як вирішувати конфлікти, комунікувати з людьми, легко адаптовуватись у будь-якій ситуації, так і креативно мислити, вирішувати нестандартно проблеми - раніше ніхто не вчив, а зараз є популярним і необхідним для сучасної молоді. Пізні міленіали та покоління «Z» зрозуміли, що самовдосконалення протягом усього життя - аксіома, лише постійний розвиток, отримання нових навичок дозволять утриматися на престижній роботі та бути конкурентоспроможним на ринку праці [2].

Толерантність – ще одна важлива цінність для сучасної молоді. Гуманні погляди на «інакшість», не лише сприйняття, але й підтримка, повага іншої раси, релігії, національності, сексуальної орієнтації – на часі, як ніколи [2]. Поряд із толерантністю сучасна молодь також суспільно активна, має громадянську позицію та готова її відстоювати. Наприклад, події Революції гідності, що змусили переоцінити важливі речі в голові кожного громадянина, зокрема і молоді. Багато молодих людей замислилися над власним місцем у сучасному суспільстві та тим, що можуть зробити для нього. Тоді українці заявили про себе, показали, що готові відстоювати свою свободу, змінювати країну, творити новітню історію, і їхня сила в єдності. Політична ситуація в Україні привернула увагу молоді, що спостерігалось активною участю у мирних протестах, поданні петицій, обговоренні загальносуспільних проблем. Після вказаних подій, молодіжні ініціативи проявилися та надалі розвиваються у волонтерських програмах, у діяльності молодіжних організацій. Це підтверджує думку, що нинішнє молоде покоління є двигуном розвитку країни, ініціатором прогресу [3]. Лише бурхливі ідеї і такі ж люди допомагають державі рухатись швидше.

Ще одним важливим напрямом, що привертає увагу молоді є – проблеми екології, збереження навколишнього середовища. Зокрема, саме молодь запроваджує моду на екопродукцію, а дехто і створює і втілює в життя проекти для покращення екологічної ситуації. Нинішнє покоління цікавиться і шляхами збереження природи. Наприклад, Грета Тунберг – звичайна шведська учениця, яка перейнялася кліматичними змінами планети, що, вплинуть на існування людства та своїми діями привернула увагу спільноти до цієї проблеми. Така стурбованість характерна саме для сучасної молоді.

Нове покоління не має страхів, не боїться робити помилки, зазнавати невдачі.

В сучасному молодіжному середовищі все частіше можна почути про бажання вести здоровий спосіб життя. Нинішнє покоління значно більш усвідомлює вагу здоров'я і вважає його найбільшою цінністю. Мода бути здоровим, займатися спортом, їсти корисну їжу, пити правильну воду з кожним днем стає більш популярною. Молодь соціально консервативна, адже одна третина покоління «Z» тепер не обирають алкоголь та наркотики – це шкідливо та не модно [1].

Таке різноманіття напрямів та зацікавленість молоді у них, пов'язано також із особистісними рисами покоління: бажання витратити якомога менше часу на досягнення мети, мислити нестандартно, ігнорувати інструкції, а в дотримання правил вносити якісь інноваційні моменти, досягати успіху, але не бути кар'єристом, а передусім насолоджуватися справою, якою займаєшся, свобода у мисленні, відчуттях, сприйнятті, діях. Важливу роль у формуванні саме таких особистостей відіграє і приклад лідерів – дії, інноваторів [4].

Отже, окреслені напрями показують небайдужість підростаючого покоління до проблем українського суспільства та проблем світового масштабу. Сучасна молодь стає активним учасником суспільних змін, сповідуючи цінності сучасності і, таким чином, постає тим осередком, що створює та апробує невідомі раніше цінності, моделі поведінки, культурні норми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борт Н. Сучасна молодь: баласт чи двигун розвитку країни [Електронний ресурс] / Ніколь Борт – Режим доступу до ресурсу: voxukraine.org/uk/suchasna-molod-balast-chy-dvygun-ua/.
2. Марченко Ю. Музей справедливості .«Найбільш незрозуміла молодь за всю історію»: як 21 сторіччя розтрощило наше життя [Електронний ресурс] / Юрій Марченко – Режим доступу до ресурсу: <https://platfor.ma/topic/najbilsh-nezrozumile-pokolinnya-za-vsuyu-istoriyu-yak-21-storichchya-peregornulo-nashe-zhyttya/>
3. Гаценко А. Покоління змін: цінності сучасної молоді [Електронний ресурс] / Алла Гаценко – Режим доступу до ресурсу: <https://bituk.media/blogy/pokolinnja-zmin-cinnosti-suchasnoi-molodi/>.
4. Як хакнути код покоління Z [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [://osvitoria.media/experience/yak-haknuty-kod-pokolinnya-z/](http://osvitoria.media/experience/yak-haknuty-kod-pokolinnya-z/).

РІЗНИЦЯ МОРАЛЬНИХ ТА СОЦІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ МІЖ XX ТА XI СТОЛІТТЯМИ

Як відомо, події XX-го століття – Перша та Друга світові війни, науково-технічний прогрес (в тому числі, і розвиток інформаційних технологій, особливо у останні 20 років), розпад багатьох держав (наприклад Російська імперія, СРСР, Австро-Угорщина та інші), економічна криза, дуже сильно вплинули на усі сфери життя людини та її психіку.

Внаслідок цього, ми можемо говорити про те, що відбулася і трансформація моральних та соціальних цінностей особистості, і що цінності початку XX-го століття зараз можуть бути вже неактуальними чи заміненіми на близькі за значенням [2].

По-перше, потрібно зрозуміти, які соціальні та моральні цінності були у людини в минулому столітті, а які є зараз, також можна говорити про зміну пріоритету певних цінностей. По-друге, вже на основі розуміння основних цінностей ми зможемо говорити про різницю між ними та можливі причини таких змін.

Першим, ми повинні зазначити, що соціальні цінності особистості – це значимість явищ і предметів реальної дійсності з точки зору їх відповідності або невідповідності потребам суспільства, соціальних груп чи особистості; а моральні цінності особистості – це певні приклади, вимоги до поведінки людини та поняття, які допомагають особистості керувати власною поведінкою та оцінювати дійсність навколо себе.

Також, ми повинні розуміти, що соціальні цінності можуть поділятися за кількістю людей, які можуть їх підтримувати та розділяти: індивідуальні цінності, групові (колективні) цінності та загальнолюдські цінності.

Ми можемо зазначити, що найяскравішим прикладом зміни цінностей є збільшення атеїстів та агностиків (людей, які вірять у вищі сили, якими не обов'язково є саме Бог) [1]. На початку минулого століття більшість людей вірили у існування Бога та його силу, зараз більше людей вірять у існування вищої сили чи заперечують існування Бога, що говорить про зменшення важливості релігійних цінностей у житті людини. Причиною такої зміни може бути технічний прогрес, який протягом всієї історії людства був однією з причин зменшення віри за рахунок пояснення причин явищ різного характеру.

Наступною цінністю, яка зазнала великих змін, є цінність індивідуальної свободи людини [1]. На зміну цінностям індустріальної доби з притаманними йому колективною упорядкованістю, раціональності простого, ієрархічності та самовпевненого ентузіазму приходять цінності інформаційного суспільства, де кожен прагне до самовираження, людство усе більше поділяється на тих, хто поціновує і розповсюджує, за можливостями, нові соціальні та моральні цінності і тих, хто живе цінностями суспільства минулого.

Як наслідок, за цінностями індивідуальної свободи все більше уваги приділяють цінностям солідаризму, толерантності, які стають основою розуміючого ставлення та стриманого поведіння з людьми, які можуть відрізнитися [1]. Але такі цінності можуть бути більш характерним для представників Європи.

В той час, як на вітчизняних просторах дані цінності тільки набирають обертів та заміняють більш старі на такі як цінності збереження, колективності нового вигляду, соціальної безпеки, взаємоповаги, взаємообмежень і толерантності.

Такі зміни можуть бути наслідком активних рухів за свободу людини та її прав у Європі та Америці, в той час, як на вітчизняних просторах, досить довго, була так звана «залізна завіса», яка перешкоджала розвитку даних цінностей.

Також, ми можемо говорити про зміну такої цінності, як саморозвиток. Тобто, в останні 20-30 років великого значення набирає саме саморозвиток особистості та самовдосконалення в усіх сферах життя, що стає основою успіху та поваги зі сторони інших людей. Ще на початку минулого століття саморозвиток не був головною цінністю, а в більшості людей міг бути відсутнім та не спонукати до особистісного росту.

На даний момент, все більше людей знаходять у даній цінності можливість отримати більше можливостей та самореалізовуватися. Причиною такої зміни може бути те, що саморозвиток має ґрунтуватися на самодисципліні та мотивації для кращого життя, більш якісних знань, ніж ті, які можна отримати в навчальному закладі та інших спонукальних моментах. Раніше, даної необхідності не існувало, адже саморозвиток не міг призвести до якісно різких змін у житті, окрім поваги зі сторони колег чи друзів, в той час, як зараз це може відкрити двері до нових вакансій на роботі, наприклад.

Отже, говорячи про різницю моральних та соціальних цінностей між XX та XI століттями, можна вказати такі основні тенденції як:

- Великий вплив мають науковий прогрес та розвиток інформаційних технологій;
- Для людини стає більш важливим саморозвиток та ставлення оточуючих, що забезпечується толерантним ставленням до інших;

- Ліберальні та демократичні країни швидше переходять до цінностей, які забезпечують толерантне ставлення один до одного та створюють усі умови для розвитку особистісного потенціалу.

Отже, соціальні та моральні цінності особистості можна охарактеризувати, як певні патерни, які допомагають людині керувати власною поведінкою та оцінювати дійсність навколо себе та оцінюють значимість певних явищ та події з моральної точки зору. Також, як ми вже казали, події минулого століття мали великий вплив на діяльність та свідомість особистості, що провокувало і зміну соціальних та моральних цінностей особистості.

Тобто, ми говоримо про зміну таких цінностей, як – зменшення цінності віри у Бога, цінність індивідуальної свободи, толерантності, взаємоповаги, цінності саморозвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Електронний ресурс – Режим доступу - <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2018/06/18/773015-tsennosti-molodih-starshih>
2. Електронний ресурс – Режим доступу <https://almavest.ru/ru/node/1180>

Проскурня Маргарита

студентка 2 курсу , кафедри філософії
“Харківський національний аграрний університет
ім. В.В. Докучаєва”

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ПОКОЛІНЬ ХУЗ

У сьогодення люди переживають епоху індивідуалізму. Кожен індивід має свої ціннісні орієнтири та суб’єктивне світосприйняття. Але всі ці життєві принципи можна поєднати завдяки теорії поколінь, що є призмою для виявлення різниці між ціннісними поглядами представників кожного етапу.

Кожна людина відноситься до конкретного покоління, на формування якого вплинуло безліч чинників, починаючи від політичної і економічної ситуації у світі, закінчуючи науковим розвитком і поширенням засобів масової комунікації.

Не дивлячись на індивідуалізм, представники певних поколінь мають спільні погляди, що і зумовлює спільний інтерес усіх людей в даній групі. І саме через цю причину іноді виникає непорозуміння між батьками і дітьми, між людьми похилого віку і молоддю, адже вони зростали у різних умовах і їх ціннісні орієнтири формувались за різних обставин.

Більш того, цікаво поглянути на одну і ту ж річ очима різних поколінь, щоб побачити різницю у ставленні до того чи іншого критерію.

Фундаментом даного дослідження є теорія поколінь, авторами якої були Віль'ям Штраус та Ніл Хоув. Ці американські соціологи у ході свого дослідження, що відбулося у 1991 році, роздивились що саме відрізняє представників одного покоління від представників іншого, окрім віку. А основною ідеєю було виявлення різниці у ціннісних поглядах людей.

Отже, теорія поділяє людей на такі покоління :

- 1943-1960 р. Бебі-бумери
- 1961-1981 р. Покоління X
- 1982-1995 р. Покоління Y
- 1996-2006 р. Милленіали
- 2006 р. і далі Покоління Z

У ході нашого пробного дослідження було опитано представників різних поколінь, яким надавався стандартний набір життєвих цінностей (дружба, родина, праця, любов, розум, душа). В ході дослідження люди вибирали найпріоритетніші для них показники. Виходячи з цього, вдалося побачити, які загальні фактори є найціннішим для кожної групи.

1) Бебі-бумери.

Для цього покоління особливу цінність мали наступні критерії :

- оптимізм
- здорова самооцінка
- командний дух

А головним пріоритетом з основних життєвих орієнтирів є родина.

2) Покоління X

Особливо цінними, на думку представників даного покоління, є :

- працелюбність
- терплячість
- адаптивність

Основним пріоритетом виступає родина. (З чого можна зробити висновок, що в деяких аспектах ціннісні орієнтири покоління V і покоління бумерів співпадають).

3) Покоління Y

Представники даного покоління надають значення таким факторам :

- відповідальність

- терплячість
- самостійність

А головною цінністю є одразу три чинника : любов, гроші і родина.

4) Покоління Мілленіалів

Для цього покоління основну цінність мали :

- перфекціонізм
- самоповага
- самостійність

Головною цінністю є родина і любов

5) Покоління Z

Особливу цінність наділили таким критеріям :

- креатив
- командний дух
- перфекціонізм

Фундаментальною цінністю є родина

Отже, це дослідження допомогло зробити висновок, що спільна ідентифікація загальних цінностей для кожного покоління відрізняється. Тим не менш, майже усі відмінності полягають саме у індивідуальних рисах й світобаченнях, а фундаментальні цінності, такі як родина і любов, залишаються ваговими для кожного покоління. Ця інформація допоможе надалі роздивлятися ставлення представників різних поколінь один до одного з точки зору ціннісних орієнтирів, щоб побачити структуру ймовірних конфліктів щодо цього аспекту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса: возможности практического применения. Бизнес образование в экономике знаний. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-n-houva-i-v-shtrausa-vozmozhnosti-prakticheskogo-primeneniya/viewer>

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Соціалізація молоді та формування нових ціннісних орієнтирів. Сьогодні ми маємо можливість спостерігати за формуванням зовсім нового покоління. Технічний прогрес, Інтернет, відкриті джерела інформації із необмеженим доступом – все це стало поштовхом до значних перетворень у суспільстві: нова культура, відмінний від інших поколінь світогляд, більша зануреність у цифрові технології. Інтернет дає змогу не лише користуватися його невичерпними ресурсами, а й сприяє інтеграції особистості у соціум та відкриває можливості для самореалізації індивіда. Завдяки розвитку глобальної мережі, що охоплює ледве не кожен куточок нашої планети, різні соціальні групи можуть взаємодіяти між собою за допомогою соціальних мереж. Коли кордони та відстані більше не є бар'єром для спілкування, – стає значно простіше обмінюватись досвідом, культурою, творчістю, думкою. Тетяна Григовіна Прихоренко у своїй роботі зазначає: «Соціальні мережі стають віртуальними аналогами традиційних соціальних спільнот» [1, с.130].

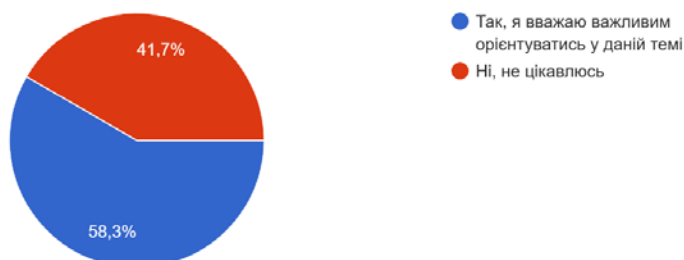
Трансформація поглядів молоді в порівнянні з попередніми поколіннями. Важко не помітити суттєві зміни у свідомості підлітків: їхні цілі, соціальні установки, позиції. «Молодь за природою вона ворог консерватизму і застою» [2 с.63]. Варто звернути увагу й на те, як наша молодь охоче йде назустріч усьому новому, спілкується із різними людьми, зовсім не дивлячись на расову приналежність, соціальний статус, сексуальну орієнтацію, вік та стать. Головна мета – бути різним, неординарним, унікальним, адже ти є особистість. Толерантність – як терпимість, усвідомлення багатого різномайття культур, чуйність, повага щодо прав та свобод іншої людини, – стає провідною рисою характеру для багатьох молодих людей у тому числі й в Україні [3 с.159], куди концепції толерантності дійшли із прогресивного суспільства країн Заходу. Популяризація європейських цінностей (гідні пенсії, безкоштовна освіта, розвинута медицина, демократія, свобода слова, рівноправ'я в усіх сферах життя суспільства) помітно пришвидшили процес усвідомлення наявності проблем в Україні.

Соціально-політична активність української молоді. Політична активність – одна з форм суспільної активності, діяльність соціальних суб'єктів, яка має на меті впливати на прийняття політичних рішень, здійснення своїх інтересів [4, с.255]. Суспільство стрімко розвивається, перетворюючись на бурхливий котел із масових невдоволень, зростання

соціальної напруги та протестної активності – демонстрацій, акцій, мітингів, пікетів тощо. Основною рушійною силою для молоді є прагнення до демократичних змін та реформ, які будуть максимально дієві. Встановлення контакту між представниками влади та народом, бажання бути нарешті почутими – це надзвичайно важливий соціальний процес. Саме молодь найбільш ефективно може вплинути на духовні, політичні, економічні, культурні зрушення у суспільстві, але зараз, як показують деякі статистичні дані, усвідомлення вищезазначеного перебуває на етапі формування.

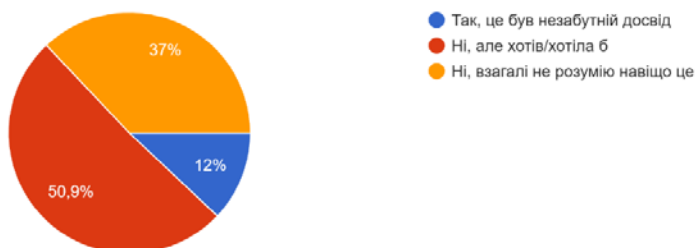
У рамках теми дослідження було проведено власне соціологічне опитування січень-лютий 2021 року на базі онлайн-платформи Google Форми (кількість учасників – 108, віком від 14-ти до 25-ти років).

Чи цікавитесь Ви політичним життям нашої країни?
108 ответов



Розглянувши подану діаграму, можна сказати, що точки зору молодих людей дещо розділились майже порівну. Сьогодні, на жаль, молодь не має чітко сформованої політичної позиції, а багато з них вважають себе аполітичними. Нахабна та очевидна пропаганда у засобах масової інформації, численні невиконані обіцянки влади призводять до того, що молодь намагається абстрагуватися від політики, виявляючи свою незацікавленість.

Чи мали Ви досвід участі у мирних акціях, протестах, пікетах, флешмобах, демонстраціях?
108 ответов



Беручи участь у мирних демонстраціях, люди не лише об'єднуються завдяки спільній меті, а й відстоюють власні права та свободи, доводять, що їхні слова та дії мають значення. Приємно бачити, що 50,9% опитаних хотіли б доєднатися до подібних вищеперерахованих заходів. З іншої сторони, 37% опитаних взагалі не розуміють, у чому

полягає сенс їхньої участі, тобто виявляють пасивність. Статистика дає змогу побачити, що соціально-політична активність української молоді залишається питанням відкритим та досить актуальним. У порівнянні із дослідженнями «Соціальний моніторинг» Н.Паніної станом на 2004 рік: лише 48,2% учасників опитування скоріш за все брали б участь у масових виступах, а також 56,5% відмітили, що подібна активність проти падіння рівня життя, на захист свої прав – досить мало ймовірна [5, с.17].

Сучасні уявлення молоді щодо України майбутнього. Звернувши увагу на графік, можна виділити три основні проблеми, які, на думку молодого покоління, заважають розвитку нашої держави: 1) Корупція у судах та правоохоронних органах [86,1%]; 2) Економічна слабкість, відсталість [79,6%]; 3) Застаріла система освіти [63,9%].



Також у опитуванні було наявне питання відкритої форми під назвою «Що б Ви хотіли реформувати (змінити) у нашій країні?», думки молоді дійсно вражають та надихають: 1. «Я б хотіла, щоб наша країна розвивалась у кращу сторону. Зараз 2021 рік, люди повинні сприймати один одного такими, якими вони є, а не засуджувати за зовнішній вигляд чи моральні цінності. Необхідно підвищити рівень екології, щоб абсолютно скрізь були сортувальні смітники. Здійснити заходи, спрямовані на забезпечення малозабезпеченої частини населення». 2. «В першу чергу людей, які вмюють тільки обіцяти...». 3. «Перш за все систему середньої освіти, адже саме у школі в дитини формується уявлення про країну, громадянином якої вона є». 4. «Створення заводів для переробки сміття. Йдучи узбіччям, можемо побачити КРАСИВІ ВИТВОРИ МИСТЕЦТВА як звалища сміття, котре кожного літа починає горіти та виділяти токсичний газ в атмосферу». Велика кількість опитуваних відповіли лише одним словом «менталітет», тобто доки не зміниться спосіб мислення українців, доти ми будемо буксувати на шляху до розвитку.

Отже, на даному етапі соціально-політичних трансформацій, важливо визначити інтереси різних соціальних груп, а саме молоді та створити сприятливе середовище щодо

розвитку. Майбутнє нашої держави залежить саме від прогресивної, амбіційної молоді, яка не боїться захищати власні позиції. Координація та правильне спрямування молодіжного потенціалу виступить як каталізатор встановлення довгоочікуваних реформ. Саме це покоління усвідомлює усі слабкі сторони країни, абсорбує отриману інформацію, неначе губка, аналізуючи різні джерела.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Прохоренко Т. Г. Соціалізація молоді в інформаційному суспільстві: особливості та ризики [Електронний ресурс] / Тетяна Григорівна Прохоренко // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Політологія. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnuuaup_2016_2_11.
2. Савчук О. В. Динаміка ціннісних орієнтацій української молоді [Електронний ресурс] / О. В. Савчук // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2012_16_10.
3. Орловська О. В. Толерантність та її сутнісні характеристики [Електронний ресурс] / Ольга Володимирівна Орловська // Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна". – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpkhist_2012_5_37.
4. Каретна О. О. Політична активність молоді як умова соціально - політичних трансформацій в Україні. [Електронний ресурс] / Ольга Олександрівна Каретна // Національний університет "Одеська юридична академія" : Південноукраїнський центр гендерних проблем. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://hdl.handle.net/11300/1580>.
5. Українське суспільство 1994-2004: соціологічний моніторинг / За ред. Н.Паніної Режим доступу: <https://dif.org.ua/article/ukrainske-suspilstvo-19942004-sotsiologichniy-monitoring>

Скворцова Діана

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

ВИВЧЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВСЕСВІТНІХ ІНДИКАТОРІВ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Якість життя - це загальний добробут людей та суспільства, що окреслює негативні та позитивні риси життя. Якість життя включає все: від фізичного здоров'я, сім'ї, освіти, зайнятості, багатства, безпеки, свободи, релігійних переконань та навколишнього середовища [1-2].

Студентська молодь є особливою перехідною соціальною групою, в рамках якої здійснюється особистісне й соціальне становлення. За стереотипами, студенти мають

досить невисокий рівень якості життя, найчастіше займають невисокі посади, деякі з них живуть лише не державні або батьківські гроші, тому через наведені фактори звернення саме до цієї соціальної групи як до об'єктів дослідження пов'язаного з визначенням рівня якості життя є, на нашу думку, вдалим. Сьогодні серед студентської молоді постає проблема низького рівня якості життя. Серед негативних чинників можна виділити: високий рівень вартості життя; проблеми зі здоров'ям, які залежать не тільки від дій самої молоді, а також від навколишнього середовища, стресових ситуацій, вартості медицини; вікова нерівність у сфері працевлаштування; наявність корупції у навчальних закладах, що заважає у здобутті гідної освіти [3-4].

Якість життя вимірюється об'єктивними та суб'єктивними чинниками. Об'єктивні чинники якості життя доцільно розділяти на соціальні (*стан довкілля, медичного обслуговування і навчання*) та біологічні (*шкідливі звички, визначення рівня фізичного здоров'я, фізичний розвиток, психічне здоров'я та інтелектуальний розвиток*). Коротко охарактеризуємо основні з них [5].

Важливу роль у забезпеченні якості життя відіграє *соціальний статус сім'ї*, який обумовлений матеріальним забезпеченням сім'ї, якістю харчування членів сім'ї, а також житловими умовами проживання її членів. Окрім зазначеного, кількісними параметрами виступають характеристики *стану довкілля, медичного обслуговування і навчання*. Сьогодні дуже важливою стає роль інформаційного забезпечення, оскільки доступність, повнота та оперативність необхідних даних формують новий стиль поведінки сучасної людини, впливають на її характер та перерозподіляють характер фізичних та психічних навантажень. Біологічні об'єктивні чинники пов'язані з наявністю *шкідливих звичок, визначенням рівня фізичного здоров'я, фізичного розвитку, психічного здоров'я та інтелектуального розвитку* [5].

Інтегральна суб'єктивна характеристика якості життя студентської молоді передусім формується на основі характеристик особистості, а також загального емоційного стану молоді особи. При цьому характеристика особистості залежить від типологічних особливостей індивідуума, соціальної настанови у житті та також набутого рівня виховання. Щодо емоційного стану, то воно базується на цільових варіантах задоволення: своїм здоров'ям, матеріальним станом, стосунками у родині, з друзями та однолітками. У період з 01.02 по 19.02 2021 року автором було проведене пілотажне дослідження на базі навчальної практики, щодо апробації інструментарію дослідження проблем якості життя серед студентської молоді міста Києва, результати якого дали можливість візуалізувати певні описові тенденції. А саме, 1) що з поняттям «якість життя» (не ознайомлені з поняттям якості життя 3,3%); 2) було визначено важливість серед студентів всесвітніх

індикаторів вимірювання якості життя, таких як рівень безпеки, якість освіти та стан довкілля, які є важливими індикаторами якості життя за думкою опитаних.

Незважаючи на те, що рівень освіти в Україні є досить невисоким, порівняно з ЄС [6]: дослідження допомогло визначити, що 55,7% опитаних є повністю задоволеними якістю освіти в українських вищих навчальних закладах.

В сучасних умовах політичних дій майже все суспільство не відчуває себе безпечно, що дуже впливає на емоційний та психологічний стан населення, несе за собою невпевненість у майбутньому, гальмує процеси створення та розвитку бізнесу.

За допомогою всесвітніх індикаторів вимірювання якості життя (стан довкілля, рівень безпеки, стан здоров'я, якість освіти) визначено, що студенти відчувають себе здоровими в тому випадку, якщо їх фінансовий стан дозволяє купувати їм досить дорогі товари тривалого використання. З цього можна зробити припущення, що студенти впевнені, що зможуть звернутися до лікаря маючи задовільний фінансовий стан. 18% респондентів беруть участь у громадських, або студентських заходах. Соціальна активність знизилась за рядом певних факторів. Один з них – пандемія 2020. 56% респондентів вважають, що якість життя базується на засадах рівня життя. Тобто, маючи фінансовий ресурс, студенти бачать можливість власного розвитку, отримання гідної освіти, високого рівня здоров'я, власної реалізації. Визначено фінансовий стан студентів, в більшості (69%) відповіли, що живуть забезпечено, але придбати машину чи квартиру на даний момент не можуть. Також, дослідження показало, що якість життя значуще впливає на рівень життя респондентів, тобто студенти відчувають себе гідно в тому випадку, якщо мають фінансові ресурси, не турбуються про свою безпеку та живуть в чистому довкіллі [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Курко Я.В. Аналіз параметрів якості життя студентів різних спеціальностей Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя – стаття: <https://www.sportpedagogy.org.ua/html/journal/2012-03/12kyvsds.pdf> (дата звернення 02.02.2021)

2. Вимірювання якості життя в Україні, Аналітична доповідь, Лібанова Е.М., Гладун О.М., Лісогор Л.С. та ін. – К.: 2013 <file:///C:/Users/USER/Downloads/%D0%AF%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%B2%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.pdf> (дата звернення 02.02.2021)

3. Молодь України – 2017 Дослідження проведене Центром незалежних соціологічних досліджень «ОМЕГА» на замовлення Міністерства молоді та спорту України. ТОВ «Терно-граф», 2017.- інтерпретація даних соціологічного дослідження [file:///C:/Users/USER/Downloads/Rezultaty-reprezentatyvnoho-sotsiolohichnoho-doslidzhennia-Molod-Ukrainy-2017-2017%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Rezultaty-reprezentatyvnoho-sotsiolohichnoho-doslidzhennia-Molod-Ukrainy-2017-2017%20(1).pdf) (дата звернення 02.02.2021).

4. Соціально-економічний портрет студентів: результати опитування Ірина Когут, Єгор Стадний, Марія Куделя, Тетяна Жерьобкіна, Ігор Самохін 30 травня 2016- результати

дослідження <https://cedos.org.ua/uk/articles/sotsialno-ekonomichnyi-portret-studentiv-rezultaty-oprytuvannia> (дата звернення 02.02.2021)

5. Соціальна обумовленість та показники здоров'я підлітків та молоді : за результатами соціологічного дослідження в межах міжнародного проекту «Здоров'я та поведінкові орієнтації учнівської молоді» : моногр. / О. М. Балакірева, Т. В. Бондар та ін. ; наук. ред. О. М. Балакірева ; ЮНІСЕФ, ГО «Укр. ін-т соц. дослідж. ім. О. Яременка». – К. : Поліграфічний центр «Фоліант», 2019. – 127 с. <https://www.unicef.org/ukraine/media/921/file/Social%20conditionality%20and%20indicators%20of%20adolescent%20and%20youth%20health%20in%20Ukraine.pdf> (дата звернення 02.02.2021)

6. Освіта впливає на рівень життя: Як вона змінюється в країнах ЄС? [Електронний ресурс] // Європейський Союз в Україні. – 1. – Режим доступу до ресурсу: <https://medium.com/@euukrainecoop/education-in-eu-countries-6f0b332592e1>

Соломянюк Дарина

студентка II курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології

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

ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА МОЛОДІ

Сучасна девіантологія як сфера наукового пізнання, що ставить на меті інтеграцію знання стосовно різних типів й форм соціальних відхилень, є порівняно молодого науковою галуззю. Під девіантною поведінкою в соціології розуміють дії та вчинки людей, соціальних груп, що суперечать соціальним нормам чи визнаним шаблонам і стандартам поведінки [2, с.44]. Таким чином, сутність девіантної поведінки полягає в недотримуванні вимог соціальної норми, у виборі варіанту поведінки в тій чи іншій ситуації, що призводить до порушення ступеня взаємодії особистості й суспільства, групи й суспільства. В основі відхилень часто лежить конфлікт цінностей, інтересів, розходження потреб, деформація способів їх задоволення, помилки у вихованні, життєві негаразди, прорахунки тощо.

Визначаючи сутність девіантної поведінки, необхідно зазначити, що вона поділяється на два типи. До першого типу відносять, як правило, таку поведінку, що набирає суспільно несприятливих, навіть дуже небезпечних форм (наприклад, злочинність), внаслідок чого суспільство змушене застосовувати відповідні санкції. Другий тип девіантної поведінки пов'язаний із процесом розвитку суспільства, застарінням його соціальних норм, критеріїв та стандартів, які необхідно змінювати, оскільки вони гальмують процеси суспільного розвитку [3, с.12]. Таким чином, цей тип соціальних відхилень має відповідний прогресивний зміст, певні суспільні зміни, саме тому при вивченні девіацій в молодіжному

середовищі необхідно проводити ретельний аналіз можливих наслідків прояву девіацій для суспільства.

Соціологічне пояснення соціальних відхилень будується на соціальних контекстах. На думку Е. Дюркгейма, одним з факторів девіації є аномія, при якому традиційні стандарти і норми зруйновані, а нові ще не склалися. В умовах нормативної невизначеності і соціальної дезорганізації суспільства, коли культурні цінності, норми і соціальні взаємозв'язки відсутні, слабшають чи суперечать один одному, життєвий досвід людей перестає відповідати соціальним нормам. Дюркгейм висунув теорію про те, що відхилення-природна частина соціального життя. Їх засудження, регулювання і заборона, як і моральне вдосконалення особистості, не зменшують відхилень, так як активна протидія відхилень веде до встановлення більш суворих норм поведінки, а подолання більш помітних відхилень веде до посилення уваги до дрібних [3, с.12].

Необхідно відзначити, що девіацію 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).

Девіантна поведінка **серед** молоді зустрічається набагато частіше, ніж серед представників інших соціальних категорій. Сьогодні з урахуванням економічної нестабільності, політичної та соціальної кризи в Україні кількість підлітків – девіантів зросло значною мірою, девіації ведуть до збільшення загальної захворюваності, підвищують відсоток травматизму, інвалідності та смертності серед молоді, вони є факторами ризику, що сприяють загостренню криміногенної ситуації в суспільстві. Особливий інтерес в рамках емпіричних досліджень викликають види поведінки молоді, причини та фактори, що обумовлюють їх виникнення, соціальна ситуація розвитку в цілому, а також ситуації, які провокують підлітків до поведінкових девіацій, що носять соціальний і антисоціальний характер. Е. Дюркгейм вважає, що соціологія має встановлювати загальні причини тих або інших видів девіації, щоб допомогти суспільству відновити контроль за поведінкою, запобігти розпаду суспільства, нейтралізувати центробіжні тенденції [1, с.55].

Серед найпоширеніших та сучасних молодіжних девіантних дій вчені виділяють алкоголізм, викрадення автотранспорту, втечі з дому та бродяжництво, домашні крадіжки, хуліганство, підлітковий вандалізм, агресивну та аутоагресивну поведінку, булінг, надцінні захоплення, ігроманія (В.Г. Василевський, Н.В. Вострокнутов, Ц.П. Короленка, С.О. Кулаков та ін.), б додала до цього списку девіантну поведінку в Інтернеті (кібербулінг, секстинг, груммінг).

Девіантна поведінка сучасної молоді є результатом збігу необхідних і випадкових обставин, соціалізації і залежить від взаємодії з навколишнім світом, соціальним середовищем і психічних властивостей самої людини. Неконтрольований доступ молоді до Інтернет середовища також підвищує ризики проявів девіантної поведінки. Нещодавно дві учениці випили 40 таблеток «Дротаверину», внаслідок чого одна з дівчат померла, це відбулося через челедж у ТікТок, в якому вони побачили відео «Випий 40 таблеток і подивись, що буде». Отже, на поведінку сучасної молоді впливає спадковість, освіта, виховання, соціальне середовище, інтернет, соціальна активність і прагнення до самореалізації. Систему цінностей окремої людини, життєві пріоритети, цільові орієнтири, оціночні критерії повинна формувати система виховання. Її необхідно побудувати так, щоб підростаюче покоління виховувалося розуміючи, що потрібно поважати закони і не боялося брати на себе відповідальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клейберг Ю.А. Девиантное поведение: уч. пос./ Ю.А.Клейберг. – М.:НОУ ВПО, 2008.
2. Демічева А.В. Проблеми девіантної поведінки молоді в умовах трансформації сучасного українського суспільства. – Харків, 2007
3. Бондарчук О.І. Психологія девіантної поведінки: Курс лекцій. – К.: МАУП, 2006.
4. Іваницький О.В. Девіантна поведінка молоді в Україні: чинники виникнення та державні заходи подолання // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка, 2008.

Співаченко Іванна

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

ВИБІР СТРАТЕГІЇ УСПІХУ В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ

У сучасному соціумі є достатньо інформації та ресурсів щодо особистого розвитку, проте це як і вікно можливостей, так і блок, що стає на заваді формування у молоді особистості власної стратегії успіху в сучасних умовах інфомедії. Оскільки саме своєчасне формування стратегії та становлення моральних цінностей і життєвої позиції є передумовою самореалізації особистості.

На сьогодні є безліч праць стосовно даної теми, оскільки вона є доволі актуальною. Є відомості про те, що зарубіжні фахівці акцентують увагу на об'єктивних закономірностях

– етапах онтогенетичного розвитку людини. Життєвий шлях визначається вченими, як послідовність життєвих подій, зміна переживань і цінностей (Ш.Бюлер), розгортання життєвого сценарію (Е.Берн), історія індивідуалізації й самоусвідомлення, сповнена внутрішніх конфліктів (К. Юнг), послідовність стадій психосоціального розвитку (Е.Еріксон).

Говорячи про стратегії успіху в першу чергу потрібно звернути увагу на те, що мається на увазі під цим поняттям. У пошуках інформації та спілкуючись із молоддю, звернула увагу на те, що саме є успіх. Для когось це щасливе сімейне життя в майбутньому, для когось слава, кар'єрне зростання, власна справа та багато інших варіантів, що в ході розмови виявлялися лише одним із чинників успіху. Успіх - це високий рівень задоволення різними сферами свого життя в сумі. З цього можна зробити висновок, що успіх – це важлива складова життєвої стратегії сучасної особистості в цілому.

Поняття «життєвої стратегії» було вжито у працях У. Томаса та Ф. Знанецького «Польський селянин в Європі та Америці». Автори аналізували поняття життєвого шляху особистості, звідки і пішли перші згадки про життєві стратегії у феноменологічній традиції. Опісля вищезгаданих авторів вивченням проблематики життєвих стратегії займалися П. Бергер, Т. Лукман, А. Шюц, І. Гоффман, Котрій у своїх надбаннях розглядали поняття життєвих стратегії тісно взаємо пов'язаним з поняттям суб'єктивності та Інтер суб'єктивності життєвого світу особистості, стратегічної дії та вивчення поведінки людини зі зверненням до світу повсякденності. [1]

Під життєвою стратегією, що є предметом розгляду, у більшості розуміють «більш-менш усвідомлений спосіб конструювання людиною власного життя відповідно до притаманної їй системи цінностей, сенсів і цілей. Життєва стратегія – один із основних регуляторів соціальної поведінки» особи. Вона «організує цілісність життєдіяльності, визначає спосіб буття людини, є важливим критерієм зрілості та психологічного благополуччя» особистості.

Стосовно впливу на формування особистісної стратегії більша частина опитаної молоді покладаються в досягненні життєвого успіху на себе, ніж на соціальні зв'язки й удачу, займають більш виважену позицію та відкидають ризик. Водночас демонструють впевненість у тому, що досягнуть успіхів, визнають, що мають в своєму житті досягнення, та задоволені тими результатами, яких досягнули.[3] Серед українських соціологів варто згадати О. Злобіну та В. Тихоновича, які визначають життєві стратегії як повторювану в основних сферах життєдіяльності поведінкову активність індивіда, ґрунтовану на моделях подолання, пристосування або виникнення перешкод, що виникають у процесі досягнення поставлених цілей.[1] Дане визначення розглядається авторами як процес, який

відбувається в умовах соціальної нерівності, кризового стану, що на даний момент є притаманним сучасному українському суспільству. Тобто я вважаю, що таке тлумачення є доречним для розгляду життєвих стратегій Української молоді в сучасних реаліях.

Дізнавшись, що ж таке успіх для молоді, виникає наступне питання, а саме: Чи є стратегія, як його досягти? У більшості випадків на це питання відповідати було важче, проте в ході розмови ставало зрозуміло, що навіть на підсвідомому рівні певна концепція власного життя присутня у кожного. Подібну теорію можна зустріти у працях Адлера. [2]

Адольф Адлер – це австрійський психіатр та психолог, послідовник Зигмунда Фрейда, а також засновник індивідуальної психології. Він вважав, що життєва мета не завжди є усвідомленою. «Вона залежить від значення, якого людина надає життю. Це значення не просто слова. Воно будується на основі її стилю життя і проходить через все життя». Згідно поглядів А.Адлера, ключ до розуміння поведінки людини знаходиться у прихованих цілях, якими вона керується, оскільки творча сила індивідуума організує і спрямовує його реакцію на навколишній світ. З тим, що наші приховані цілі впливають на наші дії, які в свою чергу мають колосальний вплив на життя в цілому, також зустріла у книзі «45 Татуювань менеджера» Максима Батирева. Автор каже про те, що є «люди-цілі» та «люди-мрії». З точки зору концепції чи стратегії успіху – як у однієї, так і у іншої групи вона є. Проте у «людини-мрії» це приховане бажання так і лишається бажанням, яке спонукає лише до роздумів про те що цього дуже хочеться, але це нездійснено. Інша група «людина-ціль» у цих людей приховані бажання впливають більш предметно, спонукаючи щодня робити кроки стосовно досягнення цих цілей. [4]

Не менш важливим визначенням щодо життєвого успіху та стратегії – є думка Є. Головахи. Він називає це поняття «життєва перспектива» - це система уявлень людини про можливе майбутнє, не завжди бажане, проте нерідко очікуване з тривогою та побоюванням. Життєві цілі та плани, ціннісні орієнтації є ядром життєвої перспективи, її основною функцією — регулятивною, смисловою віссю — метою, «картиною майбутнього», на яку орієнтується індивід під час побудови ієрархії цілей і засобів їх досягнення. Формування життєвої перспективи залежить насамперед від вікових особливостей сприйняття теперішнього, минулого і майбутнього, має динамічний характер і відбувається протягом усього життя людини. [5]

Таким чином, стратегія успіху є складовою життєвої стратегії особистості. На її формування впливають різні чинники. Вона формується за умови наявності у особистості осмислених життєвих цілей, певної системи ціннісних орієнтацій і визначеної життєвої позиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сивохіна К. І. Концептуалізація поняття життєві стратегії в соціальному дискурсі [Електронний ресурс] / К. І. Сивохіна // 1. Вісник ОНУ ім.Мечнікова. Соціологія і політичні науки 2017, Т. 22, Вип. 1 (27). – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <file:///C:/Users/%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B0/Downloads/C%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%85%D1%96%D0%BD%D0%B0.pdf>.
2. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УЯВЛЕНЬ МОЛОДІ ПРО ЖИТТЄВИЙ УСПІХ, UKRAINIAN PSYCHOLOGICAL JOURNAL № 1 (7) • 2018 file:///C:/Users/%D0%86%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B0/Downloads/ukpsj_2018_1_4.pdf
3. Созонтов А. Е. Основные жизненные стратегии российских студентов // Вестник МГУ. – Сер. 14. Психология. – 2003. – № 3. – С. 16.
4. Батирев М. 45 татувань менеджера / Максим Батирев. – Москва: "Манн, Иванов и Фербер", 2016
5. Бабатіна С. І. Особливості формування життєвої стратегії в юнацькому віці: теоретичний аналіз питання [Електронний ресурс] / С. І. Бабатіна // Науковий вісник херсонського державного університету. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://docs.google.com/document/d/1O3iji3dDDuxL46JFJqOS9w5qnhbaFg_6QNI_4EsU-gU/edit

Тимців Ангеліна

студентка І курсу факультету торгівлі та маркетингу
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

ГІДНІСТЬ ЯК ГОЛОВНИЙ ПРІОРИТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

Гідність – це сукупність позитивних рис, які характеризують моральні якості людини. Насамперед це усвідомлення самою особистістю її громадської відповідальності та вагомості. Кожен з нас займає певну позицію в житті, має певні обов'язки, і таким чином формує власний статусний набір. Він визначається тим, яку групу соціуму ми представляємо та які ціннісні орієнтації наслідуємо. Тобто гідність трактується як елемент соціального статусу.

Одну з найвпливовіших та найбільш цінних груп суспільства представляє молодь. Це період становлення себе як особистості, реалізація власного «Я». Хочу звернути вашу увагу саме на цьому і згадати психосоціальну концепцію розвитку особистості Е. Еріксона [1,156] – американського психолога, який демонструє зв'язок між соціальною поведінкою людини та характером суспільства в якому вона перебуває. Описані ним стадії чітко змальовують поетапне становлення людини: як вона закріплює свій статус у соціумі, прагнучи задовольнити та виправдати очікування оточуючих. Характерною рисою сьомого

етапу є перехід людини до осмисленого способу життя, зацікавленість вирішеністю певних соціальних, політичних, економічних проблем тощо. Виникає новий параметр особистості – здатність замислюватись над майбутнім наступних поколінь, боротьба за правду та збереження стійкої позиції. Саме ці пріоритети сучасної молоді й формують певну систему боротьби за гідність. Це є невіддільною рисою соціальної поведінки особистості.

Гідність – це забезпечення свободи на території, в межах якої людина проживає. Це право людини вільно мислити та бути захищеною. За дослідженнями 21 – 28 липня 2020 року щодо соціально-політичної ситуації в Україні (журнал Socis) [2], на запитання «Які проблеми країни є зараз особисто для Вас найбільш важливими?» 60,1 % українців старше 18 років (відповідно серед них і молодь) проголосували за воєнний конфлікт на Сході України, значення якого є досить актуальним у наш час. Немає сумнівів, що українська молодь переймається становищем країни та майбутнім розвитком подій, які достатньо впливають на збереження нації. Загалом було опитано 4000 респондентів віком від 18 років і за підсумками, на запитання «Як Ви вважаєте, події в Україні розвиваються у правильному чи неправильному напрямку?», майже 70% були впевнені у правильності другого варіанту. Безперечно, результат опитування виправдав очікування щодо настрою суспільства та його тривоги за становище держави та соціального статусу суспільства, яке не очікує від влади поступок, а використовує лише власні сили у боротьбі за гідність та міжнародне визнання.

Взаємозв'язок між молодим віком та готовністю до суспільно - політичних новацій прослідковувався віддавна. В цьому зв'язку досить влучним є вислів Вольтера: «*Втратити свободу може лише той, хто не вмів її захищати*» [3]. Маргінальність і відсутність глибокого життєвого усталення молоді підбиває її до пошукової активності, а часто до внутрішніх конфліктів між життєвими цінностями та суспільною реальністю. Молоді належить майбутнє, і саме вона за допомогою такої риси соціальної поведінки як гідність визначить розвиток самобутності української нації в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціально-політична ситуація в Україні - липень 2020 [Електронний ресурс] // Журнал Socis – Режим доступу до ресурсу: <https://socis.kiev.ua/ua/>.
2. Еріксон Е. Идентичность: юность и кризисы [Електронний ресурс/ Ерік Еріксон // Фінта:МПСИ: Прогресс.-2006.
3. Вольтер Франсуа. Крилаті вислови [Електронний ресурс] / Вольтер – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrlib.com.ua>

СИСТЕМА ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Майбутнє суспільства завжди тісно пов'язане та залежить від системи ціннісних орієнтацій молоді, яку воно виховує, а тому надзвичайно важливою є допомога у формуванні чіткої позиції та залученні до суспільної діяльності підростаючого покоління. Завданням держави та соціуму є створення сприятливих умов для використання ентузіазму молоді, за допомогою продуманої молодіжної політики необхідно забезпечити підтримку їх соціальних ініціатив, реалізації власних соціальних потреб та життєвих перспектив.

Зазвичай молодь починає соціалізуватись під час кризи, переоцінки ціннісних орієнтацій та зростання критичного ставлення до минулого, сьогодення та свого майбутнього.

Ціннісні орієнтації – сукупність ієрархічно встановлених цінностей, які спрямовують людське життя. Філософія пояснює дане поняття наступним чином «важливі елементи внутрішньої структури особистості, які закріплені життєвим досвідом особистості, всією сукупністю його переживань»[2, стр.738]. Такі орієнтації формують певну систему, виділяються наступні цінності: загальнолюдські та глобальні (права, сім'я, нація, країна, солідарність, чесність та ін.).

Ціннісні орієнтації визначають світогляд та особистісну мотивацію людини. Ю.Волков визначає такі системи цінностей сучасної молоді, як культурні, політичні та інтелектуально-освітні цінності [1].

Культурні цінності сучасної молоді зазвичай визначаються дегуманізацією та деморалізацією, тобто засоби масової комунікації нав'язують нам стереотипне покоління, яке цікавлять тільки матеріальні блага та збагачення. Соціальні мережі витісняють реальне життя та виступають у ролі наставника формування культурних цінностей, духовного світу та установок. Проте не зважаючи на такі детермінанти сучасна молодь культурно прогресує. Вона бачить не просто красиву річ, що є метою існування, вона починає бачити спосіб досягнення рівня життя для задоволення своїх потреб.

Усі більше молодих людей йдуть до спортивних залів та починають займатись саморозвитком, адже є розуміння того, що для успіху необхідно працювати самотійно.

Молоді люди думають не тільки про власне психічне здоров'я, вони починають турбуватися про оточуючих та їхні переживання. Сучасна молодь звертає увагу на такі суспільні проблеми, як булінг, расизм, сексизм, будь-які форми дискримінації, екологічні проблеми, схильність до самогубства та насилля тощо.

Політичні цінності виходять на перший план, коли мова йде про незалежність та свободу. Сьогодні молоді люди не бояться висловити свою думку та робити кроки на зустріч ідеальному суспільству. Яскравими тому прикладами є вихід студентів у 2014 році на Майдан, або ж протест у 2020 у Білорусії. Тому можемо говорити про явний прогрес політичної свідомості та наявності почуття власної гідності у сучасної молоді. Вона прагне до позитивних змін у країні в якій живе, до можливості її розвитку та перспектив для себе та свого майбутнього.

Інтелектуально-освітні цінності, які розглядаються у аспекті розумового та творчого потенціалу сьогодні також мають свої позитивні результати. Якщо раніше вчені визначали погіршення розумової та фізичної активності, збільшення кількості захворювань, що пов'язані із багатолітньою алкоголізацією населення, то сьогодні ми бачимо успішні кроки виходу із такого соціуму. Молодь починає цінувати знання та навички, які є допоміжним аспектом у реалізації себе, прагнуть охопити якомога більше інформації та зрозуміти те, що раніше було непотрібним.

Отже, можна зробити висновок, що система ціннісних орієнтацій сучасної молоді є недооціненою через стереотипне бачення попередніх поколінь. Сьогоднішнє юнацтво намагається сформуванати здорове суспільство, яке матиме необхідні знання та навички для вдалої взаємодії та комунікації, щоб у перспективі мати те «ідеальне майбутнє», на ідеях якого воно першочергово виховувалось.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волков Ю. Г., Добреньков В. И., Кадария Ф. Д., Савченко И. П., Шаповалов В. А. Социология молодежи: Учебное пособие / под ред. проф Ю. Г. Волкова. – Ростов-н /Д.: Феникс, 2001.
2. Філософський енциклопедичний словник / [за ред. І. Т. Шинкарука]. - К. : «Абрис», 2002. - 742 с.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СВІТОГЛЯДУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Сьогодні серед української молоді постає проблема низького рівня життя, що досить сильно впливає на формування їх світогляду, оскільки багато цікавих заходів можуть бути просто не доступні молоді, через матеріальне становище, а альтернативне дозвілля може бути шкідливим не лише щодо формування світогляду, а й для їхнього здоров'я. Також досить актуальна проблема це вливання в певний колектив із негативними звичками, через що досить швидкими темпами молода людина починає спускатись по соціальним сходам. Передусім світогляд – це процес чуттєво практичного відношення людини до світу. [1]

Мою увагу привернула проблема чинників, які впливають на світогляд, змінюючи його в тому чи іншому напрямі. Серед таких чинників можна виокремити об'єктивні та суб'єктивні, а вже вони поділяються на природні та соціальні. Фактором формування світогляду людини виступає її матеріальне становище. В залежності від наявності або відсутності матеріальних благ, світоглядні орієнтації людини та моделі поведінки змінюються. Мова йде про багатих та бідних, еліту та маси народу. [2]

Також у формуванні світоглядних орієнтацій особливе місце належить зараз та належатиме в майбутньому освіті як системі закладів та процесу здобуття знань. Істотною умовою в даному випадку виступає здатність людини реалізувати свій освітній потенціал. Реалізувати його можна двома шляхами. Перший шлях полягає у наданні пріоритету соціуму, колективності, загальному стосовно індивіда. Домінуючі позиції тут займають процеси зовнішньої зумовленості життєдіяльності особистості. Другий шлях - визнання безумовної вартості індивіда, пріоритетності його інтересів у співставленні з інтересами спільностей.

Для більш ґрунтовного вивчення обраної проблематики доцільним видається наведення результатів соціологічного дослідження проведеного автором у період з 01.02 по 19.02 2021 року. Опитано 60 респондентів. Результати дослідження надали можливість візуалізувати певні описові тенденції. Перейдемо до найбільш цікавих результатів. Більшість опитуваних розуміють, що таке власний світогляд. Проблема матеріального становище є ключовою, на питання «Чи впливає на Вашу думку матеріальне становище на

формування світогляду людини протягом життя?» 88,3% так й скоріше так. Респонденти показують зацікавленість у культурному дозвіллі та його розвитку.

Аналізуючи результати опитування, ми спостерігаємо, що більшість респондентів виділили такі чинники: оточення, життєвий досвід, особисті смаки та вподобання та освіту, як основні по впливу на формування світогляду в українській молоді. Що досить цікаво, оскільки такі фактори як релігія та історія, отримали менше всього відсотків, тобто для молодих людей релігія та історія не є такими важливими факторами, як для їх батьків чи бабусь та дідусів. [3]

Необхідно зазначити, що для чоловіків фактор освіти не є таким важливим, як для жінок, чоловіки вважають, що більшу роль відіграє життєвий досвід та особисті смаки й уподобання. Ми можемо побачити таку тенденцію ще з шкільних років, коли більшість проблемних учнів – це чоловіки і з часом цей чинник тільки більше відбивається на їхньому характері. Також дивним є те, що такий чинник як оточення, також вибрали у своїй більшості жінки, оскільки для чоловіків за більш важливим фактором є друзі - респонденти чоловічої статі вважають, те що їх оточення не так сильно впливає на їх світогляд. [4]

Ми спостерігаємо, що більше половини опитуваних вважають, що позитивне світосприйняття впливає на тривалість життя (Так-35% та Скоріше так-30%). Це вказує на те, що респонденти намагаються не так гостро сприймати свої проблеми і більше дивитись на них з позитивної сторони. Втім, чоловіки більш скептично ставляться до цього твердження, а жінки навпаки більше поділяють таку думку. Результати дослідження показують, що велика кількість респондентів намагаються відвідувати якісь культурні заходи. Це свідчить про культурний розвиток опитуваних та жагу до розвитку світогляду.

За результатами опитування ми спостерігаємо, що респондентам цікаві такі заходи, як театр, кінотеатр та концерти(41,7%, 56,7% та 40% відповідно). Позитивним фактором є те що відповідь театр зайняла одне з головних місць, що свідчить про цікавість опитуваних до подібних заходів, оскільки для молодого покоління театр сьогодні знаходиться на рівні концертів та фестивалів. Можемо припустити, що це позитивно впливає на формування світогляду респондентів. Отже, за результатами дослідження було визначено фактори впливу на формування світогляду в українській молоді.

Підбиваючи підсумки, ми можемо спостерігати, що одним із головних чинників, який впливає на формування світогляду є матеріальне становище на думку багатьох респондентів. Я вважаю, що це зумовлене тим, що матеріальні обмеження не дають змоги відвідувати культурні, духовні заходи, через що людина не може в повній мірі розвиватися в культурному плані.

Також у формуванні світоглядних орієнтацій особливе місце належить зараз та належатиме в майбутньому освіті як системі закладів та процесу здобуття знань. Істотною умовою в даному випадку виступає здатність людини реалізувати свій освітній потенціал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1) Діденко. Світогляд [Електронний ресурс] / Діденко, Табачковський, Шинкарук // Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – 2002. – Режим доступу до ресурсу:

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D1%8F%D0%B4>.

2) Макарова О. В. ОСОБЛИВОСТІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ [Електронний ресурс] / О. В. Макарова. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: http://novyn.kpi.ua/2005-3-1/14_Makarova.pdf.

3) Нікулін О. «Механізми становлення цінностей українського студентства в інформаційному просторі [Електронний ресурс] / О. Нікулін. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/06/Nikulin.pdf>.

4) СТАТІНОВА Н. ПРИОРИТЕТИ ТА ЦІННОСТІ СУЧАСНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ [Електронний ресурс] / Н. СТАТІНОВА, О. КУЩЕНКО. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2011/03/12.pdf>.

Черьомухіна Ольга

студентка 4 курсу факультету управління персоналом,
соціології та психології,
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім.В.Гетьмана», Україна*

ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ ЖИТТЄВИХ СТРАТЕГІЙ МОЛОДІ

Вивчення життєвих планів особистостей дедалі більше привертає увагу науковців, особливо з галузей – соціології та психології. У публікаціях різних вчених термін «життєва стратегія» досліджується з різних кутів, наводяться різноманітні класифікації та підходи до дослідження. Розкриваються основні особливості життєвих стратегій і пропонуються причини і передумови формування цих стратегій. В даній публікації я розгляну трактування життєвих стратегій різними дослідниками, які належать до різних періодів і наукових шкіл.

Поняття життєвої стратегії у вузькому значенні включає побудову життєвого плану, що включає в собі способи досягнення людиною життєвих цілей, певний соціальний статус в суспільстві. Варто зазначити, що життєва стратегія залежить від таких факторів, а саме, як фінансове становище, доступ до інформації, методи виховання цієї особистості, середовище якому перебуває особистість і т.д.

Дослідженням життєвих стратегій займалися ще з минулого століття. В 1968 році Роберт Мертон у своїй праці «Social Theory and Social Structure»[1] визначив такі типи життєвих стратегій: конформістські доміанти, що базуються на наслідуванні цінностей і загальноприйнятих норм в суспільстві; інноваційні – орієнтовані на новизну; доміанти ритуалізму – проектування імітаційних форм стратегій життя; доміанти ретретизму – побудова свого автономного світу; бунтарські доміанти – небажання особистості слідувати соціальним нормам поведінки.

В.А.Ядов у праці «Про диспозиційну регуляцію соціальної поведінки особистості» [2] (1975) підкреслює складність, багатовимірність, якісну різноманітність і внутрішню суперечливість механізмів стратегічного планування життя.

Р.Бернс у праці «Розвиток Я-концепції і виховання» [3] (1986) наводить структуру «Я концепції», де виділяє три компоненти, на яких може формуватися життєва стратегія – це когнітивний (пізнання себе), емоційно-оціночний (оцінка себе), поведінковий (вибір реакцій на конкретні дії).

И.Л.Зенкова у праці «Проблема змісту життя: Досвід історико-етичного дослідження» [4] (1998) вважає, що всі інтеріоризовані цінності і ціннісні орієнтації організовані в структурі свідомості особистості у вигляді ієрархічної піраміди, на вершині якої знаходиться змістожиттєва орієнтація суб'єкта. На мій погляд, особистості потрібно знаходити смисли (інсайти), які допоможуть у певний час зорієнтуватися по життю.

Еріх Фромм у праці «Втеча від свободи» [5] (1989) виокремлює чотири типи життєвих стратегій: 1) “Бути” (стратегія відповідає активному прагненню реалізації власних здібностей і талантів). 2) “Мати” (стратегія, при якій людина прагне соціального успіху, багатства, необмеженого споживання). 3) “Не мати і не бути” (стратегія, при якій активність людини продиктована бажанням “бути, як всі”, підкорятися авторитетам). 4) “Мати, щоб бути” (стратегія, яка забезпечує людині можливість творчої реалізації)

І.О. Мартинюк у праці «Життєві цілі особистості: поняття, структура, механізми формування» [6] (1990), визначає життєвий план як спосіб просторово-часової конкретизації і координації цілей, він намічає дороги, засоби, темпи і порядок руху до мети. Вони поділяються на ситуативні, що спрямовані на здійснення найближчих цілей, і корінні.

К. А. Абульханова-Славская, у працях «Стратегія життя» [7] (1991), «Час особистості і час життя» (2001) вважає, що в найзагальнішому варіанті життєва стратегія може бути або активною, або пасивною. Активність особистості у здійсненні її життєвої стратегії виявляється як здатність до оптимального балансу між бажаним і необхідним, особистісним і соціальним.

Т.Є. Резник, Ю.М. Резник у праці «Життєві стратегії особистості» [8] (1995) розглядають життєву стратегію особистості як вибір пріоритетних напрямів свого розвитку залежно від перспективного та довготривалого орієнтування індивіда щодо свого майбутнього. Вчені пропонують розрізняти три типи життєвих стратегій: стратегія життєвого благополуччя, стратегія життєвого успіху та стратегія самореалізації. Т.Резник та Ю.Резник у своїй типології спираються на аналіз особливостей соціального агента, на види його соціальних активностей та мотивацію. Автори виділяють три основні стратегії: благополуччя, успіху та самореалізації, кожна з яких має конкретні характеристики та притаманна певному соціальному класу. Автори виділили соціальні прошарки до яких і будуються життєві стратегії. Згадується піраміда А.Маслоу, у якій найнижчим щаблем є фізіологічні потреби та потреби у стабільності, а найвищим – потреба у самореалізації. Т.Резник та Ю.Резник вважають, що найнижчі соціальні прошарки керуються більш базовими потребами, звідси і будують свої стратегії на основі стабільності у житті та благополуччя. Найвищі ж соціальні прошарки, на думку авторів, вже будують свої життєві стратегії відповідно до потреб самореалізації, котрі у піраміда потреб А.Маслоу є вершиною.

Н.Ф. Наумова у праці «Життєва стратегія людини в перехідному суспільстві» [9] (1995) зазначає, що ситуації постійних соціальних змін, наявих ризиків і трансформаційних перетворень у сукупності з аномічним станом суспільства не сприяють довготривалому плануванню свого життя, тому слід розглядати життєві стратегії як стратегії адаптації та виживання

Варто згадати О.Злобіну та В.Тихоновича, які визначають життєві стратегії як повторювальну поведінкову активність індивіда в основних сферах життєдіяльності, ґрунтовану на моделях подолання, пристосування або уникання перешкод, що виникають у процесі досягнення поставлених цілей. З'ясування ієрархії цінностей життєвого успіху дає можливість конкретніше уявити мотиваційне підґрунтя соціальної поведінки сучасника, як і його ціннісні орієнтації, на підставі яких формується стратегія життя раціонально мислячої особистості. За результатами дослідження Інституту НАН соціології, яке описано в книзі «Суспільна криза і життєві стратегії особистості» [10] станом на 2001, українці виділяють такі найважливіші показники життєвого успіху - на перших позиціях зафіксовані такі параметри - добре здоров'я впродовж життя (57%), родинне щастя (48%), високий матеріальний добробут (40%).

У підсумку можна сказати, що життєва стратегія має багаторівневу структуру, що зумовлена життєвими сенсами, в яких перебуває індивід. На мою думку, кожен може змінити свою життєву стратегію у будь-який час, аби тільки мати бажання до змін, не

марнувати своє життя на непотрібних людей і на непотрібні речі, що нав'язуються з зовнішнього простору. Потрібно слухати своє серце і обирати свій шлях, спираючись на своє власне світосприйняття і усвідомлення себе у цьому світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Merton R. K. Social theory and social structure. New York: Free Press, 1968. p. 25-38
2. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / В.А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975.
3. Р. Бернс. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс. – Москва: "Прогресс". – 401 с.
4. Зеленкова И. Л. Проблема смысла жизни: опыт историко-этического исследования. Минск, 1988.
5. Фромм Э. Бегство от свободы: [Пер. с англ.] / Общ. ред. и предисл. П.С.Гуревича. - М.: Прогресс, 1989. - 272 с.
6. И.О. Мартынюк. Жизненные цели личности: понятие, структура, механизмы формирования / И.О. Мартынюк. – Киев: Наук. думка, 1990.
7. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни / К.А. Абульханова-Славская. – М. : Мысль, 1991. – Т. 5. – 1991. – 297 с.
8. Резник Т.Е. Жизненные стратегии личности: поиск альтернатив / Т.Е. Резник, Ю.М. Резник. – М. : Наука, 1995. – № 2. – С. 283.
9. Наумова Н.Ф. Життєва стратегія людини в перехідному суспільстві / Н.Ф.Наумова // Соціологічний журнал. – 1995. – № 5. – С.4-13
10. Злобіна О. Суспільна криза і життєві стратегії особистості / О. Злобіна, В. Тихонович. – К. : СтилоС, 2001. – 237 с.
11. Сивохіна К. І. Концептуалізація поняття "життєві стратегії" в соціологічному дискурсі / К. І. Сивохіна. // Вісник ОНУ ім.І.І.Мечникова. Соціологія і політичні науки.2017.Т.22.Вип1.(27). – 2017. – №1.

Шевела Дана

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

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Не можливо заперечувати той факт, що технічний розвиток змушує людей змінюватися та підлаштовуватися під вимоги часу. Дане твердження підводить до думки, що змінам підлягають і усі норми, які прийняті у суспільстві, адже під час прогресу усе підлягає змінам.

Але, якщо говорити саме про психологічні аспекти, як передумови появи та утвердження ціннісних орієнтацій, то вони могли залишатися незмінними. В той час, як самих змін зазнавали лише зовнішні чинники.

Дана публікація буде розділена на дві частини: перша про головні поняття, якими ми будемо оперувати, а друга частина присвячена психологічним аспектам ціннісних орієнтацій сучасного суспільства.

Отже значення двох головних понять, які ми використовуємо у даній роботі:

Ціннісні орієнтації – вибіркова, відносно стійка система спрямованості інтересів і потреб особистості, зорієнтована на певний аспект соціальних цінностей [1].

Психологічні аспекти – властивість (характеристика), психологічного характеру, яка може допомогти зрозуміти природу явища або предмету.

Виходячи з розуміння цих основних понять, ми можемо говорити і про психологічні характеристики ціннісних орієнтацій сучасного суспільства. Такими основними психологічними аспектами є:

Моральна культура особистості – знання загальних моральних принципів, здатність переплавити їх в глибоко відчуті переконання, вміння застосовувати норми поведінки, знаходити адекватну їм форму вчинку. Моральна культура – основний показник того, наскільки глибоко і органічно основи моралі і вимоги моральності втілилися в прагненнях, думках і вчинках людини [2].

Моральна діяльність – виявляється у вчинках. Тільки діяльність і реалізація моральних принципів і норм дають особистості право на визнання у неї справжньої моральної культури. Вчинок в свою чергу містить три компоненти: мотив, результат та оцінка навколишніми, як самого вчинку, так і його результату і мотиву [3].

Психологічна стійкість особистості, як можливість протистояти негативному зовнішньому впливу та відсіювати ту інформацію, яка може викривлювати та змінювати ставлення до сформованих ціннісних орієнтацій. На наш погляд дана характеристика є найбільш важливою для людей віком 13-25 років, коли формується яскраве враження про навколишній світ та настає вік повного фізичного та психічного становлення. Саме в цей період навколишній світ (ЗМІ, близьке оточення, вчителі та викладачі в ВНЗ тощо).

Морально-етична мотивація – глибинне внутрішнє прагнення особистості створювати етичну атмосферу взаємодії з іншою людиною, бажання встановлювати особливого роду відносини близькості, емпатії, прихильності. Етична мотивація є підставою для формування морально-етичної системи цінностей і світоглядних установок особистості.

Емоційна реакція особистості, як визначний показник реагування на найменшу зміну у зовнішньому середовищі та внутрішньому стані при цих змінах. Також, емоційна реакція надає людині можливість провести самооцінку та краще розуміти власне ставлення до різних ситуацій опираючись на полюс емоцій – позитивний чи негативний.

Стрес, як можливість переосмислити наявні цінності, події різних масштабів (на особистісному, груповому, народному, міжнародному рівнях, наприклад). У стабільному суспільстві людина, навіть якщо вона не погоджується з деякими соціальними нормами, знає, що в разі їх порушення до неї будуть застосовані санкції (від засудження з боку громадськості до переслідування за законом) [4].

Значення сторонньої оцінки для особистості, як один із факторів впливу на формування ціннісних орієнтацій чи їх зміну на протязі життя.

Екзистенціальна відповідальність – компонент, який відповідає за чітке усвідомлення суб'єктом сенсу життя, що сприяє виробленню і «повторному огляду» власних цінностей. Іншими словами, це відповідальність людини стосовно власного буття. Екзистенціальна відповідальність попереджає втрату сенсу життя.

Моральні відносини – це відносини, в які вступають люди, що здійснюють вчинки. Моральні відносини являють собою діалектику суб'єктивного (спонукання, інтереси, бажання) і об'єктивного (норми, ідеали, удачі) з якими доводиться рахуватися, і які мають для індивідів імперативний характер. Вступаючи в моральні відносини, люди покладають на себе певні моральні зобов'язання і разом з тим покладають на себе моральні права[5].

Отже, як ми говорили раніше, ціннісні орієнтації – вибіркова, відносно стійка система спрямованості інтересів і потреб особистості, зорієнтована на певний аспект соціальних цінностей, а психологічні аспекти – властивість (характеристика), психологічного характеру, яка може допомогти зрозуміти природу явища або предмету. Тобто, ми говоримо про психологічні властивості ціннісних орієнтацій сучасного суспільства. До таких властивостей ми можемо віднести: моральна культура особистості, моральна діяльність, психологічна стійкість, морально-етична мотивація, стрес, значення сторонньої оцінки для особистості

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Александрова О. Ф. Роль і місце ціннісних орієнтацій у сучасній теорії виховання / О. Ф. Александрова. // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. – С. 92–95.
2. Зубарев Д.Г. 2012. Отношение к морально-нравственным ценностям в структуре личности сотрудников полиции как профессионально значимым качествам. Социосфера, С. 179.
3. Яковлев Я. И., Саввинова Е. И. 2012. Формирование нравственных качеств студентов средствами национальных видов спорта. Молодой ученый. 5: 689.
4. Яковенко А. Вплив суспільних чинників на студентську молодь // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. – № 1 – С. 84.
5. Плахотный А. Ф. Проблема социальной ответственности / А. Ф. Плахотный. – Харьков :2. Вища школа, 1981. – 257 с.

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Процес становлення соціальної зрілості молоді, її життєвий вибір відбуваються у всіх основних сферах життєдіяльності особи, реалізуючись за допомогою навчання і виховання, засвоєння і перетворення досвіду старших поколінь. Основними соціально-психологічними регуляторами цього процесу й водночас показниками становлення молоді в суспільстві і виступають ціннісні орієнтації [1].

Цінності – це те, що для людей є найвищим і до чого можна ставитися з пошаною, визнанням. Це також певні ідеї, завдяки яким люди задовольняють свої інтереси і потреби. Що стосується ціннісних орієнтацій, то вони є частиною системи оцінок і відношень особистості, надають змісту і напрямку особистісним позиціям, поведінці, вчинкам. Система ціннісних орієнтацій становить внутрішню основу ставлення особистості до дійсності [1].

Навчання дітей соціально-нормованій поведінці в родині означає, що вони повинні засвоїти і відповідати тим манерам поведінки, як і розділяють і визнають їх батьки. Тим самим дитина частково втрачає свободу вибору унаслідок батьківських прийомів, що мають на меті змусити її аналізувати певні принципи поведінки [2].

Варто зазначити, що людство зіткнулося з тим, що світ став дуже складним, складність дуже швидко наростає. Жити в прискореному темпі означає випробовувати на собі дію безперервних змін. Неконтрольоване прискорення змін у науці, техніці та соціального життя підриває сили індивіда, необхідні для прийняття розумних, компетентних рішень, які стосуються його власної долі [1].

Молодь – частина різних класів і соціальних верств, націй, вона їх продукт і засіб їх відтворення, яке передбачає соціологічний підхід. Як носій величезного інтелектуального потенціалу, особливих здібностей до творчості (підвищені чуттєвість, сприйняття, образність мислення), молодь – прискорювач впровадження в практику нових ідей, ініціатив, нових форм життя. Цінність молодості в сучасному світі збільшується і в зв'язку з розширенням термінів освіти, професійної підготовки, необхідної в умовах науково-технічної революції. У молодості людина легко набуває основні знання, вміння і навички. Вона здійснює свою життєдіяльність на основі базових цінностей і ціннісних орієнтацій. Психологічний стан людини в стабільному суспільстві в основному залежить від того, наскільки його поведінка відповідає соціальним вимогам [2].

Основою формування світогляду молоді є соціальні цінності – узагальнені уявлення про мету і норми поведінки. Ціннісні орієнтації молоді формуються в процесі соціалізації під час засвоєння нових знань та соціально-психологічного досвіду і виявляються у цілях, інтересах, переконаннях, спілкуванні і діяльності особистості. Реалізуються вони у процесі життєдіяльності та підтверджуються або відкидаються життєвим досвідом. Чинники, які опосередковують вплив соціального середовища на формування і трансформацію ціннісних орієнтацій студентів, досить різноманітні. Це – соціально-психологічний клімат у студентській групі, до якої належить конкретна особа; родинне оточення з його традиціями; освіта і культурні надбання суспільства; релігійні переконання та комплекс інших умов, що впливають на особистість, та ін [3].

Сформувавши свою ціннісну картину світу, людина зберігає її незмінною впродовж усього життя. Формується вона переважно на етапі соціалізації індивіда, що передує періоду зрілості. Надалі система цінностей людини змінюється лише в кризові періоди. Це стосується здебільшого структури цінностей і відображає зміни пріоритетів, внаслідок чого одні цінності стають більш значущими, інші – поступаються їм місцем [1].

Сьогодні процес соціалізації молоді ускладнюється переоцінкою традицій, норм і цінностей. Якщо раніше молодь спиралася на досвід попередніх поколінь, то тепер їй доводиться творити новий соціальний досвід, покладаючись переважно на себе. Для багатьох студентів основними цінностями є “знайти себе в житті”, “бути людиною”, “досягти матеріального достатку” то що.

Таким чином, можна зробити висновок, що в процесі життя відбувається засвоєння соціального досвіду та його “перерозподіл” до рівня особистісних установок і орієнтацій, тобто, особистість набуває певної свободи у виборі тих чи інших цінностей відповідно до власних задатків і нахилів, а також завдяки регулятивному впливу середовища. Від того, які цінності будуть сформовані у молоді сьогодні, а також наскільки, вони будуть готові до нового типу соціальних відносин, залежать шлях і перспективи розвитку нашого суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Драч С. В. Ціннісні орієнтації студентської молоді українського суспільства: сутність та динаміка / С. В. Драч // Зб. наук. праць Хмельницького інституту соціальних технологій університету України. 2010. № 2. с. 26-30.
2. Матяж С. В., Березянська А. О. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Серія: Соціологія. 2013. Т. 255. Вип. 213. с. 27-30.
3. Ручка А.О. Ціннісні пріоритети населення України за умов суспільних трансформацій. Українське суспільство: 20 років незалежності. Соціологічний моніторинг. Т. 1. Київ: Інститут соціології НАНУ. 2011. 570 с

ЕВОЛЮЦІЯ ЦІННОСТЕЙ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

Проблему цінностей досліджують ще з дуже давніх часів. Поняття цінності має складну природу, що визначається єдністю об'єктивних і суб'єктивних факторів. Цінностями в нашому розумінні є будь-які матеріальні або ідеальні явища, заради яких індивід, соціальна група, суспільство роблять зусилля, щоб їх отримати, зберегти і володіти ними, тобто цінності - це те, заради чого люди живуть і що цінують. З соціологічної точки зору ціннісна свідомість людини, зокрема, молодого покоління, визначається і розвивається в процесі соціалізації, коли ними засвоюються цінності в суспільстві. На їх формування впливають такі фактори, як: особистісний, вікової, культурний. Іншими словами, існує велика залежність формування ціннісних орієнтацій молодого покоління від наступних факторів: місце народження, місце проживання (місто чи село), регіон, матеріальне становище сім'ї і багато іншого. На формування і розвиток ціннісних орієнтацій молоді впливають також: соціально-економічне становище сім'ї, соціально-політичні ситуації в суспільстві, оточення, географічне положення. Рухливість індивідуальної і групової молодіжної свідомості визначається нестійкістю соціального стану, несформованістю соціального статусу, невизначеністю рольових структур, характерних для цієї соціальної групи. Це багато в чому пояснює проблеми, що виникають в духовному житті молоді: бездуховність, деформація цінностей, руйнування моральних норм, агресивність, антигромадські і контркультурні прояви. Також проблеми з молоддю виникають в зв'язку з прагненням різних сил маніпулювати їх свідомістю, використовувати молодих людей в своїх інтересах.

Для того, щоб визначити систему цінностей молоді, необхідно усвідомити, в якому середовищі вони виховувалися і свідками яких подій були. Соціальне розшарування за станом майновим принципом - відмінна риса сучасної молоді, як і соціуму в цілому. У радянський період можна було говорити про молодь взагалі. Тоді навіть з урахуванням всіх відмінностей між молоддю сільською і міською, столичної влади та провінційної, вузівською і не вузівською тощо. Існував єдиний соціальний простір, в який ця молодь була включена: вона вчилася в єдиній школі по одним і тим же підручниками, перебувала в єдиному просторі ЗМІ, «споживала» одні й ті ж культурні продукти, мала однаковий

соціальний статус по відношенню до «дорослого світу», штучно скріплювалися єдиною ідеолого-політичною скріпою, ставилася в однотипне становище соціальної відповідальності перед суспільством і державою [1].

До основних причин, що викликали корінні зміни в системі цінностей сучасного покоління, на нашу думку, можна віднести наступне:

1. Руйнування соціалістичної системи.
2. Затвердження свободи, плюралізму, можливості необмеженого самовираження і саморозвитку без тиску зовнішніх чинників.
3. Нестабільність ринкової системи, жорстка конкуренція, прагматизм «природний відбір» і монополізація, необхідність розраховувати на власну активність і здібності.
4. Інформатизація всіх сфер життя суспільства, «інформаційний шок», технократизація світогляду, зростання ролі знання, науки в житті людства.
5. Глобальні виклики цивілізації, хронічні багатовимірні кризи, що охоплюють всі ключові сфери життєдіяльності суспільства.
6. Культурна, політична, етнічна глобалізація, змішання народів і традицій, цивілізаційні конфлікти і взаємодія.
7. Підвищення рівня життя; можливість різноманітних варіантів отримання задоволення; розвиток індустрії розваг.
8. Реалізація рівноправності чоловіків і жінок, фемінізація, руйнування чітких гендерних кордонів, руйнування інституту сім'ї.
9. Духовний і культурний анархізм, звернення до різноманітних релігійних вчень, поява нових культів; ірраціоналізм, інтуїтивізм, постмодерністський суб'єктивізм в пізнанні, оцінюванні реальності.
10. Висока динаміка розвитку суспільства, прискорення життя, множення можливостей, зростання наукового знання, постійні зміни в соціальної, політичної, економічної сферах.

У чому ж суть сучасної ціннісної еволюції? В якому напрямку змінюються цінності особистості і суспільства?

1) Підвищення ролі вітальних, матеріальних, гедонистических цінностей і, як наслідок, зниження статусу духовних (за винятком когнітивних), громадських, моральних, естетичних. Турбота про здоров'я, безпеку, умов життєзабезпечення, прагнення до самореалізації, саморозкриття стають для більшості найважливішими напрямками активності. При цьому турбота поширюється, головним чином, на власне життя і здоров'я, в той час як цінність життя Іншого, природи в цілому, не мають визначального значення,

що сприяє загальної дегуманізації. Це підтверджують соціологічні дослідження, які вивчають «спрямованість особистості» сучасного покоління молоді [2].

2) Другою відмінністю сучасної епохи є загальна ціннісна нестабільність, нестійкість особистого існування, викликана кризовими процесами в різних сферах (політичній, економічній, екологічній, духовній). Соціально політична і матеріальна нестабільність своєрідно впливають і на світогляд сучасної молоді [3].

3) В той же час сучасну епоху відрізняють і нові позитивні риси, перш за все, - підвищення цінності знання, освіти, інформації, а також прискорення темпів їх приросту. Знання є сьогодні важливим фактором розвитку особистості, підвищення якості життя. Найбільші перспективи сьогодні зв'язуються саме з отриманням освіти. Переважна кількість молодих людей вчаться в державних і комерційних вищих навчальних закладах, до того ж, що для отримання хорошої роботи потрібно, як правило, два і більше дипломів, знання кількох іноземних мов. Звичайно, отримання знання сьогодні є, перш за все, засобом для розвитку кар'єри, але воно розглядається і як невід'ємний атрибут сучасної людини, даючи можливість кожному долучитися до досягнень культури, накопичення людством, останніх відкриттів науки [4].

4) Ще однією рисою сучасності виступає своєрідна «хвороба змін», прагнення до постійного оновлення умов життя і оточенню людини, в кінцевому рахунку «втеча від реальності». Проблема прискорення темпів розвитку вперше була сформульована ще в 70-і роки в працях західних футурологів. А. Тоффлер назвав суспільство майбутнього ураженим «хворобою змін», підкреслюючи, що його головною характеристикою стає поверхневе сприйняття реальності, ставлення до неї як до тимчасової, яка не має значущості. Сучасне покоління молоді дуже мобільно: для нього характерна постійна зміна місця проживання, навчання, кола спілкування. Вірність, міцна дружба, любов, робота на одному місці, постійний будинок і сім'я – стають цінностями минулих поколінь. Сучасна молодь вважає за краще вільні стосунки, які, правда, не знімають головних екзистенційних проблем [5].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розов Николай Сергеевич. Ценности в проблемном мире: философские основания и социальные приложения конструктивной аксиологии. Новосибирск: Изд-во Новосибирского ун-та. - 1998. - 292 с.
2. Соколов А.В., Щербаков О.И. Ценностные ориентации постсоветского гуманитарного студенчества // Социс №1. 2003.
3. Скутнева С.В. Гендерні аспекти життєвого самовизначення молоді // Социс. №11, 2003.
4. Сорокіна І.Д. Зміни в освіті та динаміка життєвих стратегій студентів // Социс. №10, 2033.
5. Тоффлер А. Шок майбутнього / Пер. з англ. М. : ТОВ Вид. АСТ, 2002.

Ярун Станіслав

студент I курсу (магістратура)
факультету права і публічного управління
Донецький державний університет управління, Україна

ЗМІНИ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ УКРАЇНЦІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ «СВІТОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННОСТЕЙ, 2020»)

Україна зараз проходить через важливий соціальний та політичний період перетворень, які тісно пов'язані зі зміною цінностей. Нові данні зібрані в Україні під час поточного раунду WVS, є безцінним ресурсом, який надихне багато наукових праць, ініціатив що до політики та розвитку як в Україні, так і за її межами.

«Світове дослідження цінностей» (World Values Survey, WVS) є довгостроковим порівняльним дослідженням, яке було започатковано в 1981 році професором Рональдом Інглхартом з Мічиганського університету (США) на базі Європейського дослідження цінностей (EVS) і швидко стало одним із найбільш широко використовуваних та найавторитетніших міжнародних досліджень, яке охоплює майже 120 країн / суспільств (майже 95% світового населення). Україна долучилася до «Світового Дослідження Цінностей» (World Values Survey, WVS) в 1999 р. (четверта хвиля WVS), та брала участь в наступних хвилях – у п'ятій в 2006 р. та шостій в 2011 р., а крім того в Україні проводилося Європейське дослідження цінностей (EVS) в 1996 р. та в 2008 р. У 2020 році «Світове Дослідження Цінностей» та «Дослідження Європейських Цінностей» об'єднали зусилля та підготували інструментарій опитування з врахуванням цілей обох проектів. Анкета WVS-7 - це великий дослідницький інструмент, що включає 290 питань та вимірює культурні цінності, досвід, ставлення та переконання щодо гендерної рівності, сім'ї, релігії, бідності, освіти, охорони здоров'я та безпеки, соціальної толерантності та довіри. Крім того, сьома хвиля дослідження включає такі нові теми, як питання справедливості, моральних принципів, корупції, підзвітності та ризиків, міграції, національної безпеки та глобального управління. Польовий етап в Україні проводився з 21 липня 2020 року до 17 серпня 2020 року компанією Info Sapiens та ГО «Центр «Соціальний моніторинг». Загальна вибірка опитування склала 1289 інтерв'ю (максимальна похибка вибірки – 2,7%, з імовірністю 0.95 і без врахування дизайн-ефекту). Дана вибірка репрезентує доросле населення України (віком 18 років і старше), включаючи громадян та мешканців країни, які проживають в населеному пункті щонайменше 2 місяці. Вибірка репрезентує всю територію України, за винятком неконтрольованих українським урядом територій Донецької та Луганської

областей та Автономної Республіки Крим. Для формування вибірки був застосований багатоступеневий стратифікований підхід із випадковим відбором на кожному етапі.

Україна чітко задекларувала європейський шлях розвитку, однак, як свідчать емпіричні дані 2020 року в порівнянні з результатами більшості країн ЄС, ціннісно-нормативна система виступає одним з бар'єрів руху в цьому напрямі. На рух до задоволення базових потреб та побудови демократичної держави, а також на зростання поширеності секулярно-раціональних цінностей і цінностей самовираження¹ вказують такі тенденції у порівнянні з 2011 роком. В Україні за 2020 рік помітно зростання частки щасливих людей з 68% до 78,3%, також зростання частки людей з гарним здоров'ям за самооцінкою з 37% до 45,4%. Частка тих, хто за останній рік ніколи не залишався без необхідних ліків або медичної допомоги, зросла з 53% до 62,5%. Були помітні і зниження, частка незадоволених фінансовим становищем з 48% знизилась до 38,9%. Також знизилась частка тих, хто вважає, що має низький рівень доходу з 55% до 45,1%, та зросла частка тих, хто оцінює свій дохід як середній з 33% до 37%. Частка тих, хто за останній рік ніколи не харчувався погано або не обходився без їжі, зросла з 52% до 71,7%. Разом із зростанням оцінки доходів українці почали менше сподіватись на державу і розраховувати на себе. Так зросла підтримка тверджень «дохід повинен бути значно вищим у випадку більш істотних індивідуальних зусиль» (на протипагу «доходи повинні бути більш рівними»), «люди більшою мірою самі повинні нести відповідальність за те, щоб себе забезпечити» (на протипагу «державна повинна нести більше відповідальності за те, щоб усі громадяни були забезпечені»), «частка приватної власності у бізнесі та виробництві повинна бути збільшена» (на протипагу збільшенню державної частки). В Україні помітно зростання частки тих, хто за останній рік ніколи не відчував себе у небезпеці у своєму домі/квартирі, з 69% до 73,8%, а зниження частки людей, що часто стикаються з розпиванням алкогольних напоїв на вулиці з 51,2% до 39,2% (разом з тим викликає тривогу зростання поширеності продажу наркотиків на вулиці з 9,9% до 13,4% тих, хто часто з цим стикається). В Україні зниження частки тих, хто вважає Бога важливим в своєму житті з 64% до 56,3%. Водночас це може свідчити про зниження духовності, а не впливу релігії на життя: так, знизилась частка тих, хто молиться кілька разів на тиждень або частіше з 42,2% до 38,5%, але зросла частка тих, хто відвідує релігійні служби не рідше разу на місяць з 24,1% до 33,5%. Також зросла частка тих, хто вважає, що основний сенс релігії – виконувати релігійні норми і церемонії (з 16,3% до 22,6%), а не робити добро людям. Серед українців також помічено зниження частки тих, хто вважає, що в дітях треба виховувати релігійність (з 22% до 14,9%) та слухняність (з 42% до 33,1%) та зростання частки тих, хто вважає, що в дітях треба виховувати рішучість з 39% до 45,8%. Також помітно дуже гарна тенденція зростання

толерантності до людей з ВІЛ (частка тих, хто не хотів би жити поряд з ними, знизилась з 52% до 36,4%) і до гомосексуалів (відповідна частка знизилась з 62% до 44,8%). В Україні помітно і зростання толерантності до абортів (частка відповідей «виправдано» зросла з 15,1% до 21,0%). Також серед українців помітно зниження частки тих, хто позитивно оцінює зростання поваги до влади (з 50% до 31,9%) та зростання частки тих, хто надає перевагу «наданню народу можливості більше впливати на прийняття урядом важливих рішень» перед боротьбою зі зростанням цін та підтриманням порядку серед пріоритетів країни (з 18,4% до 23,8%). Зростання громадської активності як фактичної, так і потенційної: зростання частоти підписання петицій, участі в громадських організаціях, готовності брати участь в демонстраціях, страйках, бойкотах. Зростання частки тих, хто вважає, що більшості людей можна довіряти: з 23,1% до 30,1%, також зростання частки тих, хто вважає, що важливо жити в демократичній країні, що Україна управляється демократично і що в ній поважаються права людини. Помітно також зростання частки респондентів, які вважають, що під час виборів проводиться правильний підрахунок голосів, з 30% до 54,4%. Зростання частки респондентів, які не згодні з тим, що чоловіки є кращими політичними лідерами, ніж жінки з 48% до 55,1%. В Україні разом з патріотизмом підвищилась і частка громадян, готових захищати свою країну, з 40% до 56,9%. Якщо в 2011 році 67% пишалися українським громадянством (26% дуже пишалися, а 41% скоріше пишалися), то в 2020 таких вже 82,2% (34,7% - «дуже пишаються» та 47,5% - «скоріше, пишаються»). В 2011 році цей показник для України був нижчим, ніж для більшості країн ЄС, тоді як зараз він приблизно відповідає середньому рівню тих країн ЄС, для яких доступні дані сьомої хвили дослідження. При порівнянні України з іншими країнами вона залишається найближчою до групи православних європейських країн, таких як Болгарія та Румунія. Разом з тим Україна випереджає ці країни за багатьма показниками секулярно-раціональних цінностей і цінностей самовираження. На жаль, є також і зміни, скоріше негативні для демократичного розвитку, які можуть вказувати на посилення певних аспектів традиційних цінностей і цінностей виживання. Знизилась також частка тих, хто вважає, що в дітях потрібно виховувати незалежність, з 43% до 35%. Зростання ксенофобії серед українців, частка тих, хто не бажає жити по сусідству з іммігрантами, зросла з 19% до 27,1%, з людьми іншої національності з 17% до 24,8%. Зростання поширеності гендерних стереотипів щодо того, що університетська освіта важливіша для хлопчика, ніж для дівчинки, з 18% до 24,5%; що «якщо жінка заробляє більше грошей, ніж чоловік, це, як правило, викликає проблеми» з 20% до 30,9%. Ми також можемо побачити зниження частоти засудження ситуацій, коли чоловік б'є дружину, батьки б'ють дітей, насильства загалом. Зниження частоти засудження отримання державної допомоги, на які людина не

має права, крадіжки, несплати податків, отримання хабаря. Частка тих, хто підтримує те, що «не уряд, а незалежні експерти приймають рішення, виходячи з того, що вони вважають найкращим для країни», знизилась з 65% до 46,2%. Зростання частки тих, хто підтримує управління країною військовими, з 13% до 21,1%. Зниження довіри до більшості державних інституцій (суди, уряд, Верховна Рада, освітні заклади, державні установи і служби загалом)- крім Збройних сил та Національної поліції, довіра до яких зросла. Також знизилась довіра до громадських організацій і великого бізнесу. Зниження готовності голосувати як на виборах Верховної Ради (з 62% тих, хто завжди голосував, до 55%), так і на місцевих виборах (з 61% до 50,8%, відповідно).

Втім, позитивних змін значно більше, ніж негативних, що відображає розвиток України та поступове прийняття секулярно-раціональних цінностей і цінностей самовираження. Отримані результати за результатами опитування в межах 7-ї хвили WVS надають можливість на сучасному етапі осмислити місце України в ціннісно- культурному вимірі як на європейському просторі, так і в світі. І це дає розуміння щодо напрямів послідовного формування ціннісних орієнтирів на основі системи європейських цінностей, зокрема, рівності перед законом, самореалізації, толерантності, відкритості змінам, індивідуальної відповідальності та взаємодопомоги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні URL: http://ucerp.org.ua/wp-content/uploads/2020/11/WVS_UA_2020_report_WEB.pdf

ДИСКУСІЙНА ПЛАТФОРМА 3

Тематичні напрямки: вплив соціальних та медіа-комунікацій на життєдіяльність соціуму; оціночні дослідження у соціальній сфері; соціологічний вимір підприємницької діяльності; практики корпоративної соціальної відповідальності в Україні

Антонюк Ілона

студентка I курсу факультету торгівлі та маркетингу
ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний університет», Україна

МАС-МЕДІА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ДУМОК СУСПІЛЬСТВА

Медіа існують для того, щоб інформувати громадян, а потім отримувати зворотній зв'язок від своєї аудиторії. Вони завжди мали та мають певний вплив на думки, поведінку людей різного віку, статі, соціального статусу. У нашому суспільстві прийнято думати що вплив і маніпуляція це погано, але треба визнавати не сам факт впливу, а ставити собі питання “з якою метою вчиняють цей вплив?”.

Перша влада – законодавча, друга – виконавча, третя – судова. Засоби масової інформації мають авторитет у загалу, їм довіряє велика частка людей. Не дарма журналістів називають “четвертою владою”, адже ЗМІ мають владу над свідомістю своїх слухачів, глядачів або читачів. Звісно, ЗМК не є владою у класичному її визначенні, медіа не можуть примушувати якусь особу або групу людей робити щось, але це потужний інструмент який працює або на користь, або на шкоду, який впливає на думки, настрої, а також дії людей у подальшому.

Прикладом потужного впливу мас-медіа є «Уотергейтський скандал», політичний скандал у США 1972-1974 років, який закінчився відставкою президента країни Річарда Ніколсона. Тоді судові слухання транслювались по телебаченню, їх подивилось 85% населення країни. Під час розслідувань журналісти змогли уловити те, що було не під силу справжнім розслідувачам. Тоді засоби масової інформації США нанесли сильний удар главі виконавчої влади. До речі, Річард Ніколсон оцінив діяльність четвертої влади проти нього.

Ми побачили наскільки робота ЗМІ дуже важлива. Вона висвітлює різні проблеми, і може вкладати будь-який зміст у свої репортажі, статті. Зараз не один випуск новин не залишається без обговорення політичних питань. Розказуючи про якусь проблему,

журналісти звертають увагу суспільства на це. Таким чином забезпечують відгук від аудиторії, а також змушують політиків враховувати інтереси та потреби громадян.

Ми живемо у час технологій, популярність телебачення серед населення України падає, телеканали, радіо, газети, журнали переїхали на різні зручні для себе платформи в мережі Інтернет. Крім класичних медіа, засобами масової інформації у наш час є особисті блоги людей, які теж чинять вплив на суспільство, а точніше на аудиторію тієї чи іншої особи. Зараз кожен може створити своє медіа, обрати тематику і робити контент. Достатньо мати смартфон і вже можна стати журналістом, мати свою аудиторію та впливати на неї.

У висновку можна сказати, що медіа насправді мають вплив на суспільство, можуть впливати та маніпулювати людьми, а також чинити вплив на політику. Це дуже потужна інтелектуальна зброя. Це у наш час актуально, тому що світ, на зараз, будується завдяки інтелектуальному інструментарію. Соціальні мережі та інші платформи принесли медіа багато нової аудиторії, навіть інший тип під який треба підлаштовуватися.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Різун В. Теорія масової комунікації / В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с.
2. Уотергейтський скандал [Електронний ресурс] // Вікіпедія – Режим доступу до ресурсу: https://ru.wikipedia.org/wiki/Уотергейтский_скандал.
3. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <https://books.google.com.ua/books?id=rKqBAwAAQBAJ&pg=PA35&lpg=PA35&dq=работе+Рейника+и+Свенссона&source=bl&ots=П6UllJwb6&sig=ACfU3U0bYo7t5JeFoEjxa0jZRXk8DgWi1g&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiR4K7hgybuAhUEfBoKHNv4fDPkQ6AEwAHoECAQQA#w=onepage&q=работе%20Рейника%20и%20Свенссона&f=false>

Бабенко Вероніка

студентка III курсу історичного факультету,
спеціальності «Соціологія»

ДВНЗ «Маріупольський державний університет», Україна

ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день засоби масової інформації (ЗМІ) охоплюють широкий спектр інструментів для поширення потрібної думки. Застосування технологій мультимедійності у сучасній практиці ЗМІ стало звичною справою. Тому що, йдеться не лише про боротьбу за увагу аудиторії, а й, за вплив на неї. У сучасному суспільстві інформація відіграє ключову роль і це змінює правила гри у всіх сферах життєдіяльності суспільства. Тому формування громадської думки – це те завдання, яке ставлять перед собою сучасні медіа. Журналісти,

як професійні комунікатори, мають з особливою відповідальністю оцінювати той факт, що динаміка сучасного світу, де домінують інформаційні технології, потребує фахівців, які відповідають вимогам часу і запитам масово-комунікаційної галузі.

Гришнякова К. Г. вважає що «громадська думка, будучи станом суспільної свідомості, є ніби посередницею між свідомістю і практичною діяльністю людей. Не змінюючи ні однієї із форм суспільної свідомості, не спираючись на організовану силу як закон, не визначаючи цілей, як це робить програма, громадська думка шляхом схвалення або осуду, захоплення чи зневаги, емоційної оцінки людей і їхніх учинків сприяє перевтіленню тих чи інших ідей у конкретні вчинки» [1]. Саме тому ЗМІ, формуючи громадську думку, з одного боку збирають досвід і волю багатьох, а з другого – впливають на свідомість, на вчинки, групові дії людей.

Також слід звернути увагу на те, що ЗМІ відіграють значну роль у виборчому процесі, тому що на засоби масової інформації покладається велика відповідальність за подання інформації у доступній формі та наповнення її змістом, вартим, з огляду на актуальність події дня, неупередженого, виваженого висвітлення перебігу подій виборчого процесу і референдумів. Оскільки громадська думка виступає знаряддям політики, то її формування є сферою боротьби за владу, яка і формує політичну систему [2].

Громадська думка – це стан суспільної свідомості. Активність і значення громадської думки визначаються характером соціальної структури суспільства, рівнем розвитку економічної культури, демократичних інститутів і свобод. Громадська думка знаходить вираз у виборах органів влади, засобах масової комунікації, опитуваннях населення тощо [3]. Основним джерелом формування громадської думки на сьогоднішній день є ЗМІ, особлива увага яких зосереджена на передвиборчій агітації, бо її фундамент покладено потужні маніпулятивні технології, які говорять про упередженість та небезсторонність навіть у таких різновидах медіа-продукту, як випуски новин. На цьому фундаменті виростає досить цікава надбудова, що включає теледебати, політичну рекламу, редакційні статті, ток-шоу й ще низку менш помітних деталей, таких як псевдоподій чи недостовірної політичної реклами. Сучасні ЗМІ перетворилися в один із найголовніших інструментів управління громадською думкою. Використання ЗМІ для політичного маніпулювання сьогодні становить найбільшу небезпеку для громадян і демократичного державного ладу.

Таким чином, дослідження значимості діяльності ЗМІ є безперечно актуальним. Фактичний вплив ЗМІ на суспільне життя відбувається шляхом інформування про соціальне, політичне та культурне життя держави за рахунок випуску новин, періодичних видань та трансляцію новин. Такий вплив може бути як позитивним (формування

правосвідомості та виробляється об'єктивна оцінка ситуації), так и негативний (розповсюдження «міфів», дезорієнтація, посилення суспільних хвилювань, байдужості, апатії тощо).

ЗМІ у своєму арсеналі має безліч засобів, за допомогою яких може здійснюватися маніпулювання громадською думкою, створювати «свою реальність», тому дуже важливо чітко вироблення системи заходів гарантування та забезпечення дотримання журналістами своїх нормативно закріплених обов'язків і на сам перед етичного кодексу, зокрема обов'язку подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гришнякова К.Г. Вплив ЗМІ на громадську думку / К. Г. Гришнякова // URL: http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2011/Politologia/7_87191.doc.htm (Дата звернення: 12.02.2021).

2. Політологія: навчальний посібник / за заг. ред. Бабкіна О. В., Горбатенко В. П.// К.: ВЦ, 2006. 568 с.

3. Дзюба М. Т. Роль засобів масової інформації в формуванні громадської думки / М.Т. Дзюба // Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. К., 2011. С. 77-81.

Базильчук Анна

студентка І курсу факультету торгівлі та маркетингу
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЕЛЕМЕНТ НОВОГО СОЦІАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Наполегливість предмета зумовлена нагальною необхідністю вивчення особливостей соціальних мереж як типу соціальних структур, що утворилися в результаті розвитку електронного спілкування в суспільстві. *Соціальна мережа* – це мережа людей, які зустрічаються в Інтернеті для спілкування, розміщуючи інформацію та зображення, залишаючи коментарі чи надсилаючи повідомлення. Учасники можуть розширити свої особисті та ділові контакти, зв'язавшись з іншими на веб-сайтах соціальних мереж та в додатках. [1].

Термін "соціальна мережа" застосовується не лише до тематичних спільнот людей, а й до Інтернет-сервісів, що забезпечують тематичну співпрацю користувачів, таких як "Instagram", "Twitter", "Facebook", "Tumblr" тощо. На практиці соціальні мережі виконують усі функції, що відповідають ЗМІ - інформаційну, регуляторну та культурну. Невігластво полягає у наданні читачеві, слухачеві та глядачеві своєчасної інформації з різних сфер

діяльності: ділової, науково-технічної, політичної, юридичної, медичної тощо. На думку К. Дубняк, соціальна мережа спрямована на побудову співтовариств в Інтернеті з людей зі схожими інтересами або діяльністю, оскільки зв'язок здійснюється за допомогою сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями [2, с.123].

Загалом можна констатувати, що протягом останніх десятиріч формуються зачатки суспільства, у якому Інтернет став основним засобом спілкування, проведення дозвілля, зв'язком відносин суспільства та держави, джерелом інтелектуального зростання, навчання і нерідко – основної роботи. Така тенденція, однак, виявляється не лише у своїх позитивних аспектах [3, с.24,25].

Соціальні мережі вперше стали засобами обміну інформацією між людьми, контроль за змістом якої з боку держави є в правовому, техніко-технологічному аспектах суттєво обмеженим [4, с.18]. “Онлайн мережі, – як зазначає М. Кастельс, – стають формами “спеціалізованих спільнот”, тобто формами комунікабельності, побудованим навколо специфічних інтересів...люди можуть належати до декількох таких мереж” [5, с. 132]. Великий вплив на людей мають так звані оцінки у соціальних мережах («лайки», «підписки», коментарі). Їх кількість показує наскільки люди підтримали думки того чи іншого користувача соціальних мереж.

Проблематика соціальних мереж. На сьогоднішній день актуальність використання Інтернету дуже велика. Люди проводять далеко не одну годину в соціальних мережах кожного дня, особливо молодь, що створює новий простір спілкування та життя в цілому. Також проблема пояснюється суперечностями між швидким розповсюдженням комунікацій у мережевому просторі та рівнем науково-теоретичного узагальнення соціологічних проявів їх впливу на зв'язки з громадськістю, розвитком мережевої культури, процесами самоорганізації мережевих спільнот та спроби використовувати старі схеми віртуальної соціальної взаємодії.

Соціокультурні перетворення, інформаційно-технологічна революція, поширення інформатизації в глобальному масштабі є невід'ємним елементом процесів зміни сучасного суспільства [6, с. 42]. З'явилась його нова форма – мережеве суспільство. В основу цього суспільства покладено мережевий принцип організації, який об'єднує і нову економіку, і ділове спілкування, і глобальний обмін інформацією та знанням [7, с. 63].

Постійна зміна соціокультурної дійсності вимагає усвідомлення поточної ситуації спілкування та розробки відповідних стратегій, тактики управління процесами спілкування, здатності суспільства бачити та формувати інноваційні комунікації, брати активну участь у їх реалізації. Тому функція соціальної комунікації набуває особливого значення для

зміцнення структурних основ суспільства, перетворення його в цілісний соціальний організм, а також підтримки та підтримки цієї цілісності.

Виходячи з попереднього огляду можна стверджувати, що мережеві комунікації стають універсальним способом структурування соціального простору. Суть мережі полягає у здатності вибудовування гнучкої і одночасної взаємодії безлічі вузлів зв'язку. У соціальній мережі функції вузлів виконують індивіди, які є соціальними акторами. Відповідно, соціальна мережа як окремий вид мережі – це система пов'язаних між собою каналами зв'язку акторів. Таким чином, мережа являє собою систему, котра складається з рівноправних вузлів, пов'язаних один з іншим горизонтальними зв'язками; необхідною умовою існування мережі є розподілений тип зв'язку між вузлами, тобто кожен вузол у конкретний момент часу пов'язаний з будь-яким вузлом системи. Отже, мережева комунікація створює нову, суб'єктивно-орієнтовану реальність, яка відобразить мозаїчність думок, інтересів і бажань учасників мережевого спілкування [8, с.65].

Висновок. У зв'язку з появою нових форм спілкування та взаємодії людей у суспільстві питання соціальних мереж є надзвичайно актуальним. Соціальні мережі як популярний елемент сучасного інформаційного простору можуть бути якісним інструментом для зв'язку людей з різними інтересами. Через ці аспекти в сучасних умовах соціальні мережі є ефективним способом формування соціального розвитку. Процеси технологізації та автоматизації діяльності дозволили перенести «центр ваги» у суспільстві з процесів виробництва на процеси управління, в яких основне навантаження падає саме на організацію комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. . Що таке соціальні мережі? (види, класифікація, безпека...) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://futurenow.com.ua/shho-take-sotsialni-merezhi-vydy-klasyfikatsiya-bezpeka/>.
2. Дубняк К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією / К. В. Дубняк // — 2014. — № 3. — С. 123. — (Серія: Соціальні комунікації).
3. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.], 2014. – 23,25 с.
4. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства / [О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.], 2014. – 18 с.
5. Кастельс М. Інтернет-галактика / М. Кастельс. – Ваклер, 2007. – 132 с.
6. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика. Общество. Культура. / М. Кастельс., 2000. – 42 с.
7. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища / К. М. Коган., 2014. – 63 с. – (Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент; 16).
8. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища / К. М. Коган., 2014. – 65 с. – (Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент; 16).

ДУАЛІСТИЧНИЙ ХАРАКТЕР ФЕНОМЕНУ МОДИ: ПОЗИТИВНИЙ ТА НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ НА СОЦІУМ

Дослідження моди підтверджує існування впливу цього феномену на усі сфери життєдіяльності як окремих індивідів, так і на соціум в цілому, що обґрунтовує його великий дослідницький потенціал. Інформаційне суспільство дуже тісно пов'язане з феноменом моди. За допомогою ЗМІ більшість людей дізнаються про безліч модних новинок та напрямів. Досить важливу роль грають соцмережі (наслідування відомих блогерів, які є авторитетами певної референтної групи), а також інші канали передачі інформації для реципієнтів: програми про моделінг на телебаченні, статті модних журналів тощо, які формують громадську думку про індустрію моди та краси. Але мабуть через брак інформації та власного досвіду різні соціальні групи можуть перетворювати моду на свого ворога, шкодити фізичному та психічному здоров'ю: нервова анорексія, стреси та депресії, шопоголізм тощо. Метою статті є аналіз позитивних та негативних аспектів впливу моди на соціум.

У найпершому значенні латинське слово «modus» позначало міру, норму, а також десь заклало санкціонований вплив на поведінку, смаки, систему цінностей різних соціальних груп. Дослідження моди як широко поширеного соціально-психологічного явища проводилось багатьма зарубіжними авторами. На думку соціального психолога А. Моля мода-це явище, котре обумовлено закріпленням у суспільній свідомості певних норм, які розробили творчі люди на основі «оригінальних інформаційних повідомлень» та приймання «споживачами» цих меседжів, тобто є люди, які наслідують моду, адже для них це певні загальні інструкції до дій [1].

Мода впливає на формування норм та шаблонів конкретної поведінки в соціумі. Це явище поширюється як на великі (держави, країни), так і малі соціальні групи (родина, друзі, колеги). В якості позитивного прикладу впливу на соціум та розвиток індивіда можна назвати:

- 1) можливість самоідентифікації та самопрезентації;
- 2) взаємодія та комунікація індивідів;
- 3) поява нових тенденцій у моді: екологічне та усвідомлене споживання.

Існує безліч способів підкреслити свою неповторність за допомогою моди. Як зазначає відомий дизайнер одягу Жан-Поль Готьє: «Я одягаюся – значить самовиражаюся, я одягаюся – значить вимагаю!»[2, С. 150]

Публічна самопрезентація не втрачає своєї актуальності через соціальну природу людини, якій властиві постійна потреба в спілкуванні, сприйнятті, визнанні та самовираженні. Саме ці фактори зумовлюють важливість створення сприятливого враження про себе, що, безумовно, впливає на соціальний успіх. Жодна соціальна взаємодія не відбувається без презентації. Особливо уваги заслуговує міжособистісне спілкування, під час якого індивід демонструє інформацію про себе через різноманітні символічні знаки (зовнішній вигляд, соціальні символи престижу та статусу), а також своєю вербальною та невербальною поведінкою[3].

Вплив моди поширюється на усі сфери життєдіяльності соціуму. Прикладом може слугувати як галузь соціальної взаємодії, так і навколишнє середовище. Поєднанням моди та усвідомленого споживання став екодизайн, під яким розуміють напрямок в дизайні, що приділяє ключову увагу гармонізації відносин людини та навколишнього середовища: охорони довкілля, економії природних ресурсів, безвідходних технологій виробництва, перероблення продукції тощо[4, С. 21].

Як і будь-яке явище, феномен моди має не тільки позитивні сторони, але також і негативні, які є небезпечними для життя та здоров'я суспільства. Мабуть, більшість з нас не замислюється як вплив моди може відігравати не останню роль у формуванні стереотипів і в чому криється загроза для соціуму, наприклад у шаблонах краси та зовнішності. Нині стереотипи зовнішності стали важливим соціально-психологічним фактором, що здатний провокувати депресивні стани, оскільки науково встановлено зв'язок між рівнем задоволення зовнішністю і задоволенням собою. Як зазначають Черкашина Т.О та Толопка Н.І. однією з сучасних соціальних проблем, пов'язаних із наявністю у суспільстві стереотипів, є лукізм, тобто оцінювання людей за зовнішністю, а також пов'язана з цим поведінка. Інформація, що поширюється в інтернеті, через ЗМІ, завдяки рекламі або простому спілкуванню, щодо зовнішності тих чи інших людей, героїв фільмів, публічних осіб і навіть мультиплікаційних героїв та їх поведінка розглядаються як джерело формування стереотипів зовнішності як у дорослих, так і у дітей. Є ймовірність, що шаблони зовнішності зароджуються у індивіда з дитинства. Одним із різновидів лукізму вжається фетшеймінг (від англ. fat – повний, shame – ганьба) цькування людей із зайвою вагою. Повноту і зайву вагу більшість людей пов'язують із лінощами, а приниження і образи повних людей виправдовують турботою про чуже здоров'я [5, С. 41]. Одним із багатьох наслідків фетшеймінгу є виникнення нервової анорексії. Це захворювання, що

виникає переважно у юних дівчат (рідко у осіб чоловічої статті цього ж віку) і виражається у свідомому, надзвичайно стійкому прагненні до схуднення[6, С. 61]. Можливо, вирішальним фактором цієї проблеми стали засоби масової інформації, які формують у молодій людини викривлене розуміння власних фізіологічних параметрів.

Таким чином, феномен моди – це складне та багатогранне соціальне явище, яке, за переконанням багатьох дослідників, має широкий вплив на соціум. Цікаво, що наслідки долучення до модних тенденцій можуть кардинально відрізнитись у конкретних випадках. З одного боку, це може допомогти індивідам самопрезентувати власну особливість в суспільстві, досягти успіху в особистій, професійній та творчій комунікації, з іншого, стати одним із факторів формування лукізму, фетшеймінгу, нервової анорексії. Більш виважене та раціональне долучення до моди, формування громадської думки, яка підтримує здорові форми самовираження, різноманітність проявів краси та екологічність, дозволить посилити позитивні тенденції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. Социальная мода. URL: <https://marketing.wikireading.ru/40186> (дата звернення: 29.01.2021)
2. Чернієнко О. В. Візуальні образи ідентичності: мода і стиль. Філософія ФіП 2017. № 1. С. 143 – 155.
3. Колодяжна А. В. Самопрезентація як створення зовнішнього іміджу. Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарного знання у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти: зб. наук. пр./ за заг. ред. Журби М.А. Рубіжне: вид-во СНУ ім. В. Даля. 2015. С. 89-91.
4. Свірко В. О., Бойчук О. В., Голобородько В. М., Рубцов А. Л., Кардаш О. В., Чемакіна О. В. Дизайнерська діяльність: екологічне проектування: науково-методичне видання/ за заг. ред. Свірка В. О. Київ: УкрНДІ ДЕ. 2016. 196 с. С. 21
5. Черкашина Т.О., Толопка Н.І. Стереотипи зовнішності як чинник поширення лукізму в суспільстві. Габітус. 2019. № 10. С. 41.
6. Лебедь О. А. Феномен моди в контексті сучасного суспільства: теоретичний аналіз: дипломна робота. 2015 р. С. 61. URL:<http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/06/Лебідь.pdf> (дата звернення: 15.02.2021)

Баніт Юрій

здобувач факультету управління персоналом, соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна*

Ковальчук Галина

професор факультету управління персоналом, соціології та психології
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна*

ДО ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЕКОНОМІСТІВ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Сучасні, спостережувані нами, події глобального економічного рівня демонструють актуальні тренди подальшого розвитку бізнесів і спільнот, інтерналізації соціальних вимог в особистісних якостях індивідів, у моделях і системах підприємництва. На перший план виходить соціальна значущість усіх видів зайнятості, що виражає актуальність та ефективність соціальної підприємницької компетентності.

Соціальна компетентність є важливою складовою ділової практики та економічної компетентності сучасного фахівця, вона означає здатність до ефективної взаємодії та конструктивного спілкування з урахуванням інтересів і потреб усіх зацікавлених сторін [1, с. 87]. Компетентність означає *активну спроможність фахівця реалізувати всі компоненти діяльності, яка зумовлюється його знаннями, навичками, уміннями, а також здібностями і психічними властивостями*, здатність (*ability*) бути продуктивним та ефективним ... в зоні найближчого (актуального) розвитку [1, с.132].

Зміст поняття «соціальна компетентність» пов'язаний із соціальним розвитком особистості: розвитку здатності сприймати себе в контексті відносин з іншими людьми; формування потреби в контактах з оточуючими людьми та соціальних мотивів спілкування; ефективного поєднання різних засобів спілкування та збагачення досвіду спілкування; формування соціальних якостей особистості [2, с.3-4].

Соціальна компетентність розглядається в контексті розвитку особистісної старанності, соціальної інтеграції, працевлаштування, адаптивності у Меморандумі про безперервну освіту Комісії Європейського Союзу від 30 жовтня 2000 р. (A Memorandum on Lifelong Learning, Commission of the European Communities). Наголошено значення освіти

для забезпечення економічних і соціальних прав людини, соціальної справедливості, толерантності, суспільної злагоди і партнерства всіх учасників економічної діяльності [3].

Отже, соціальна компетентність є дуальною характеристикою сучасного фахівця разом із економічною (підприємницькою) компетентністю.

Підприємницька компетентність – особливий вид компетентності, яка передбачає здатність фахівця перетворювати ідеї на дії. Вона визначає певну модель поведінки, яка забезпечує успішне розв'язання бізнес-завдань, досягнення високих результатів, та включає, зокрема, високу соціальну та особистісну відповідальність; здатність домовлятися; уміння налагоджувати зв'язки; здатність діяти в умовах невизначеності; здатність до командної роботи; орієнтацію в актуальних тенденціях ринку; здатність до соціального партнерства, гнучкість діяльності фахівця у ринковому середовищі [4, с.88-89].

Основні питання, які постають перед фахівцем з економіки сьогодні:

Для кого виробляти? Хто є зацікавленими суспільними акторами сучасних виробництв. Світ входить у систему стейкхолдерського капіталізму (Едвард Фрімен, Клаус Шваб,). У своїй праці Едвард Фрімен (R. Edward Freeman, «Strategic Management: A Stakeholder Approach») обґрунтував поняття «зацікавлена сторона» (stakeholder) і запропонував розглядати фірму в системі зв'язків соціальних акторів, які зацікавлені у її діяльності, інтереси і вимоги яких потрібно враховувати і задовольняти у певній формі за певних умов [5].

Як виробляти? У якій соціальній системі знаходиться бізнес. Які вимоги спільнот потрібно враховувати в розвитку виробництва? Фахівці Центру з питань підприємництва і прав людини (Centre for Business and Human Rights, 2019) при Школі економіки та управління (School of Economics and Management) Женевського університету наголошують, що компанії повинні розглядати повагу до прав людини як шанс і можливість для підвищення рівня успішності свого бізнесу. Незалежно від юридичної відповідальності фірми повинні бути мотивовані на виконання їх зобов'язань в області прав людини, що забезпечить для них імідж принципового, послідовного і передбачуваного контрагента (Доротее Бауманн-Поли (Dorothee Baumann-Pauly) [6].

Що виробляти? Яким чином підприємницький продукт реалізує цілі конструктивних пропозицій, які забезпечують соціальні та ділові інтереси. «... нам потрібно суспільство, економіка і міжнародне співтовариство, яке покликано турбуватися про всіх людей і всю планету» (Клаус Шваб (Klaus Schwab) [7].

Для формування соціальної підприємницької компетентності ефективними є практики соціально-орієнтованого колаборативного навчання. **Коллаборативне (спільне) навчання (КСН)** – дидактична модель, у рамках якої навчання будується навколо постійної

взаємодії учнів між собою, і між учнями і викладачем. Учасники процесу отримують знання через спільний пошук інформації, обговорення і розуміння змісту. *КСН* реалізується у форматах як групові проекти, спільні розробки, презентації тощо [1, с.146].

В умовах дистанційного навчання та фізичної відокремленості студентів для колаборативної роботи широко застосовуються різноманітні месенджери, прикладні комп'ютерні програми і додатки. Наприклад, у роботі зі студентами – майбутніми економістами при вивченні соціально-педагогічних дисциплін ми використовуємо взаємодію в групових чатах на телеграм-каналі, де є можливість створення своєрідних мультифункціональних медіатек. Тут розміщуються завдання проектного характеру, ситуації, інтелект-карти, презентації, фото і зображення, які миттєво і постійно доступні всім учасникам групи для ознайомлення та обговорення. Робота в такому мультимедійному чаті також сприяє розвитку етичного спілкування, культури мовлення та переговорних навичок, конструювання відносин із значимим соціальним і бізнесовим оточенням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковальчук Г. О. Технології навчання економічних дисциплін в системі неперервної освіти (теоретико-методичний аспект) : Монографія / Г. О. Ковальчук. – Київ: КНЕУ, 2014. – 511 с.

2. Ковальчук В. А. Соціальна компетентність: проблема визначення // Наукові записки Ніжинського державного педагогічного університету імені Миколи Гоголя. Серія: психолого-педагогічні науки. – 2002. – № 4, ч. 1. – С. 54–57.

3. Меморандум про безперервну освіту Комісії Європейського Союзу від 30 жовтня 2000 р. (A Memorandum on Lifelong Learning, Commission of the European Communities) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uil.unesco.org/document/european-communities-memorandum-lifelong-learning-issued-2000>

4. Гейлик А. В. Педагогічні умови професійного зростання студентів економічних спеціальностей у процесі фахової підготовки у ВНЗ : дис. канд. пед. наук : 13.00.04 / Гейлик А. В. – Киев, 2012. – 183 с.

5. Что такое капитализм стейкхолдеров: панацея или бесполезный формат? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.swissinfo.ch/rus>.

6. Первый в Европе Центр бизнеса и прав человека открылся в Женеве [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.swissinfo.ch/rus>.

7. Klaus Schwab. Stakeholder Capitalism: A Global Economy that Works for Progress / Klaus Schwab, Peter Vanham, People and Planet Hardcover – January 27, 2021. – p.304.

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ДИТИНИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В УМОВАХ СІМЕЙНОЇ ОСВІТИ

На сучасному етапі вітчизняна освітня політика орієнтована на визнання пріоритетної ролі сім'ї в питаннях освіти, як ключового соціального інституту, і як малої соціальної групи, яка визначає становлення дитини і згодом в більш глобальному сенсі – розвиток українського суспільства. Сім'я виконує особливу роль суб'єкта освітньо-виховного процесу, з огляду на те, що умови сімейного виховання визначають формування особистості дитини, її пізнавальної активності та розвиток освітніх потреб.

Однією з перспективних форм здобуття дошкільної освіти в даний час виступає сімейна форма, під якою мається на увазі оволодіння загальноосвітньою програмою поза дошкільного закладу, роль педагога в цьому випадку виконують батьки [8]. Згідно з останньою редакцією закону України «Про освіту» під категорією «сімейна освіта» розуміється форма організації цілеспрямованого процесу отримання освіти в сім'ї, що здійснюється батьками відповідно до державних освітніх стандартів [2].

Сімейна дошкільна освіта – спеціальна форма організації дошкільної освіти, спрямована на забезпечення всебічного розвитку дитини, здійснюваного батьками відповідно до Базового компонента дошкільної освіти [1]. Основу сімейної освіти становить сімейне виховання, спрямоване на розвиток у дитини дошкільного віку уявлень про необхідність дотримання певних норм поведінки, відповідально і самостійно організовувати свою діяльність.

Аналізуючи вимоги до результатів освоєння освітньої програми дошкільної освіти [1; 2], можна відзначити, що ключовим завданням є створення умов для оптимізації соціальної ситуації розвитку дитини-дошкільника. Разом з тим, сімейна форма освіти являє собою спеціально організоване середовище, в зв'язку з чим виникає ряд протиріч, обумовлених взаємодією дитини з рідними, а не з однолітками, що може привести до недостатнього забезпечення умов для соціалізації дитини.

На наш погляд, в контексті зазначеного протиріччя на особливу увагу заслуговує розгляд характеристики сім'ї та сімейного виховання як основи первинної соціалізації

дитини, що в свою чергу підтверджує ефективність сімейної форми освіти в аспекті соціалізації.

Соціалізація являє собою процес становлення особистості, в ході якого відбувається засвоєння індивідом мови, соціальних цінностей та досвіду (норм, установок, зразків поведінки) і відтворення ним соціальних зв'язків та соціального досвіду [5, с. 92]. В контексті сімейної форми дошкільної освіти, соціалізацію слід розглядати і як процес, і як результат дитячо-батьківської навчальної взаємодії. Сім'я, виступаючи інститутом освіти, являє собою фундаментальну основу для успішної соціалізації особистості дитини в силу своїх виняткових функцій, до яких звернемося далі.

Так, у вітчизняній психологічній та педагогічній практиці сім'я розглядається як унікальна підсистема суспільства, що реалізує особливі соціальні функції і виступає мікрофактором соціалізації дитини [7]. У роботах О. Карабанової [4], Р. Овчарової [6], В. Целуйко [9] та ін. відзначена особлива роль сім'ї як інституту виховання і як основи, що зумовлює природний психічний розвиток дитини. Разом з тим, сім'я для дитини виступає не тільки як джерело і умова формування та розвитку психіки, але і як перша модель соціальних відносин у суспільстві.

Досвід соціальної взаємодії в сім'ї засвоюється дитиною в результаті цілеспрямованого процесу виховання і відповідно до механізму соціального навчання, основу якого складає спостереження за специфікою взаємодії членів сім'ї між собою. Змістом сімейного виховання є рішення педагогічних завдань, ключовим з яких, з позиції діяльнісного підходу у вітчизняній психології, є передача соціального досвіду, найважливішою характеристикою розвитку особистості визнається «соціальна ситуація розвитку» в сім'ї [3].

В якості основних завдань виховної діяльності батьків, які мають в контексті сімейної освіти особливе значення, виділено такі:

1. Виховні завдання, орієнтовані на формування основ моральних установок, позицій, характеру, дисципліни, дотримання громадських норм.
2. Освітньо-виховні завдання, пов'язані з формуванням почуття поваги до членів сім'ї, представників протилежної статі, а також вміння і навички організації сімейного побуту.
3. Особистісно-розвиваючі завдання, що визначають створення умов для фізичного, морального, інтелектуального розвитку дитини [6, с. 230].

Соціалізація дитини в родині відбувається природним шляхом, чинники впливу сім'ї на соціалізацію дітей визначені Г. Андрєєвою [8]: структура взаємозв'язків всіх членів сім'ї; справжні соціалізатори і вихователі, тобто ті особи з числа найближчого соціального

оточення, які найбільшою мірою впливають на формування особистості дитини в зв'язку з їх підвищеним авторитетом для дитини або завдяки основному догляду за нею; особливості стилю виховання в сім'ї; власне особистісний, моральний і творчий потенціал сім'ї.

Таким чином, під соціалізацією розуміється процес і результат, тобто процес становлення особистості, в ході якого дитиною засвоюються соціальні цінності, досвід, зразки поведінки, а результат – відтворення отриманого соціального досвіду в ході взаємодії. При цьому така ключова вимога вітчизняної системи освіти, як створення умов для продуктивної соціалізації дитини дошкільного віку, в сімейному освітньому середовищі може бути реалізована в повній мірі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базовий компонент дошкільної освіти / Науковий керівник: А. Богущ, дійсний член НАПН України, проф, д-р пед. наук. Київ: Видавництво, 2012. 26 с.
2. Закон України «Про освіту». Дата оновлення: 19.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
3. Дядюнова И. К вопросу о социализации детей // *Начальная школа*. 2007. №10. С. 89.
4. Карабанова О. Цели и задачи коррекции детско-родительских отношений // *Психологические проблемы современной российской семьи: мат-лы Всерос. науч. конф.* 14-16 окт. 2003 г. Москва, 2003. Ч. 2. С. 144-151.
5. Лапшин С. Соціокультурна трансформація політичних та владних еліт України // *Людське співтовариство: актуальні питання наукових досліджень: матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. Дніпро: НО «Відкрите суспільство», 2017. С. 92-97.
6. Овчарова Р. Психология родительства. Москва: Академия, 2005. 236 с.
7. Орбан-Лембрик Л. Соціальна психологія: посібник. Київ: Академвидав, 2003. 448с.
8. Собкин В. Социология дошкольного детства: тр. по социологии образования. Вып. XXIX. Москва: Ин-т социологии образования РАО, 2013. 455 с.
9. Tseluyko V. *Psikhologicheskie problemy sovremennoy sem'i*. Ekaterinburg: U-Faktoriya, 2007. 45 p.

Брушко Марина

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

ПРАКТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В УКРАЇНІ

Очевидно, сучасний бізнес досить динамічний, тому виникає потреба в налагодженні діалогу бізнесу з зовнішнім середовищем, в тому числі з державою, органами місцевої влади, громадою, що вказує на актуальність дослідження практик соціального діалогу бізнесу в Україні. Лише соціально орієнтований бізнес може мати успіх в глобальному світі, особливо з урахуванням викликів і макротрендів сучасності, в тому числі в контексті маркетингу, брендингу, іміджу. Дану тематику досліджувала значна кількість науковців та практиків, зокрема: Байрактар Ю. П. [1], Білан О. С. [2], Березіна О. Ю. [3], Вонберг Т.В. [4] та інші. В той же час актуальним є дослідження провідних практик вітчизняного соціального діалогу бізнесу з групами зацікавлених осіб. Слід відзначити, що в більшій мірі реалізують інструменти соціального діалогу представники великого та середнього бізнесу, що обумовлено факторами фінансового забезпечення, маркетингу та брендингу. В Україні одним з найбільш яскравих та ефективних бізнесів на базі соціального діалогу є діяльність ПрАТ «Київстар», що діє в телекомунікаційній сфері протягом останніх 25 років. Дана компанія є соціально орієнтованою та працює на ринку України як в бізнес-напрямку, так і стосовно налагодження соціального діалогу, зокрема, в 2019 році компанія реалізувала 12 масштабних і комплексних соціальних проектів [5], при цьому в них було задіяно близько 50% персоналу, які витратили понад 3550 годин на соціальну волонтерську роботу. Зокрема, на соціальні ініціативи ПрАТ «Київстар» витратила понад 3 млн. грн. соціальних інвестицій, близько 140 тис. грн. інвестицій склали благодійні внески співробітників ПрАТ «Київстар», які також здали близько 39 літрів донорської крові, що вказує на багатовекторність соціального діалогу ПрАТ «Київстар» з суспільством не лише через фінансові, але й через гуманітарні вектори та інструменти. Компанія широко впроваджувала соціальний діалог зі студентами та школярами, ініціюючи та проводячи ряд соціальних проектів та стартапів, зокрема, такими шкільними соціальними стартапами та проектами було охоплено понад 1100 шкіл, а менторська допомога була надана на понад 60 шкільних стартапів, що значно покращує соціальний імідж ПрАТ «Київстар» в суспільстві та освітній сфері. Слід відзначити, що протягом останніх 15 років в розвиток соціального діалогу ПрАТ «Київстар» було інвестовано понад 80 млн. грн., а структура соціальних

інвестицій розподілялася між освітніми, медичними, культурними, екологічними та іншими гуманітарними проектами. Про медичний вектор соціального діалогу бізнесу ПрАТ «Київстар» свідчило участь фірми в допомозі 10 дитячих лікарень, в які було передано медичне обладнання. На нашу думку, особливо ефективна ця гуманітарна соціальна ініціатива ПрАТ «Київстар» в контексті загрози COVID-19 [5]. Дані соціальні ініціативи компанії призвели до росту лояльності клієнтів, оскільки сучасний бізнес цінується не лише якістю послуг, але й соціальним портфоліо в діяльності, зокрема, понад 54% абонентів компанії збільшили використання інтернет-послугами ПрАТ «Київстар». При цьому ще однією рисою соціальної відповідальності бізнесу ПрАТ «Київстар» є повна сплата податків та зборів до бюджету України, зокрема, в 2019 році ця сума платежів склала близько 7.9 млрд. грн. [5], що вказує, на нашу думку, на значну соціальну відповідальність бізнесу і з податкової точки зору, оскільки ПрАТ «Київстар» є великим платником податків в Україні. Таким чином, сучасні практики соціального діалогу бізнесу в Україні на прикладі телекомунікаційного бізнесу ПрАТ «Київстар» вказує на орієнтацію великих національних корпорацій на диверсифікований соціальний діалог бізнесу з державою, споживачами та громадою, що підкреслює ціннісні орієнтири бізнесу та сприяє росту рівня лояльності клієнтів до такого бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байрактар Ю. П. Аналіз вітчизняного та зарубіжного досвіду впровадження та дотримання принципів концепції корпоративної соціальної відповідальності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 9(6). С. 142-147.
2. Білан О. С. Зарубіжний досвід соціальної відповідальності бізнесу та можливості його імплементації у вітчизняну практику. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 78-85.
3. Березіна О. Ю. Методичний підхід до оцінки ендогенної складової соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка і управління*. 2018. № 1. С. 20-25.
4. Вонберг Т.В. Розвиток компанії в умовах кризи через призму соціально відповідального ведення бізнесу. *Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (фінансова, аграрна галузі та невиробнича сфера)*. Дніпро: Біла К.О., 2019. С. 170-179.
5. Офіційний сайт «Київстар», URL: <https://kyivstar.ua/uk/mm> (дата звернення 26.12.2020).

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ ТА МЕДІА-КОМУНІКАЦІЙ НА ЖИТТЄДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІУМУ: ОЦІНОЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМИ В МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

У сучасних умовах реклама є важливою формою масовокомунікативної діяльності. Реклама як соціальний інститут впорядковує процес формування індивідуальних, групових і суспільних уявлень про ідеальну модель соціальної практики в сфері споживання, а також пропозицій соціально схвалювані шляху реалізації цієї моделі. Як соціальний інститут реклама: є агентом соціалізації; прискорює впровадження нововведень в різні галузі соціальної практики; впливає на соціальну диференціацію суспільства; впливає на розвиток галузей (торгівля, ЗМІ); є компонентом масової культури; є найважливішим компонентом масового збуту. Інститут реклами як соціальний інститут має і негативні характеристики: негативний вплив на систему цінностей; психологічний тиск на аудиторію гра на емоціях, ірраціональних мотивах поведінки, а то і на низинних інстинктах; твердження стереотипів; засмічення інформаційного середовища; введення аудиторії в оману; псування мови. Рекламу розглядають як соціальну комунікацію. Як комунікація, реклама: задовольняє потреби людини в соціальній орієнтації; розвиває аффіліації - почуття прилучення індивіда до однієї соціальної групи і відмежування від іншої; зіставлення своїх поглядів з поглядами інших людей; самоствердження - знаходження прямої або непрямої підтримки своїм поглядам і ідеям. [1, с. 276]

Реклама в засобах масових комунікацій. Основні види рекламної продукції в засобах масових комунікацій: інформаційне (рекламне) лист; комерційна пропозиція; інформаційний лист; рекламний листок (листівка) буклет; рекламний проспект; рекламна брошура; каталог; прес-реліз; плакат (афіша) друкована політична реклама; інші види рекламної продукції: - листівки; - календарі; - наклейки; - етикетки; - закладки; - вкладиші і т.п. [1, с. 279 – 280] Теорія мотивації А. Маслоу. Американський психолог Абрахам Маслоу (1908-1970) намагався пояснити, чому в різний час індивід відчуває різні потреби, ніж один індивід прагне до задоволення одних потреб, а інший - інші. Теорія мотивації Ф. Герцберга. Герцберг розвинув теорію двох факторів мотивації: - фактор, що викликає невдоволення людини; - фактор, що викликає задоволення. На практиці теорія двох

факторів застосовується двояким способом. По-перше, продавець повинен уникати появи чинників невдоволення. По-друге, виробник повинен визначити основні чинники задоволення або мотивацію покупки і простежити, щоб їх наявність в товарі не пройшло повз увагу покупцем.

Таким чином, мотиви споживачів можна розділити на дві групи: раціональні - ціна товару, якість, кількість, довговічність, рентабельність і ін.; емоційні - довіру, дотримання конфіденційності, дружелюбність, спілкування, гра, повага, комфорт і т.п. Для реклами важливо визначити домінуючу групу мотивів і постаратися впливати на неї в процесі створення і демонстрації рекламного повідомлення. Одже названі теорії слугують основою для оптимально правильної стратегії і тактики рекламної кампанії, а реклама виступає важливою формою комунікативної діяльності. [1, с. 292 – 224]

Соціальна реклама в засобах масових комунікацій. Соціальна реклама - вид некомерційної реклами, спрямованої на зміну моделей суспільної поведінки та привернення уваги до проблем соціуму. Соціальна реклама - різновид соціального продукту, істотно відрізняється від державної і політичної реклами. Найчастіше замовниками такої реклами виступають державні органи та некомерційні організації, а рекламні агентства і розповсюджувачі реклами в ряді випадків виготовляють і розміщують її на безоплатній основі, або за зниженими цінами. [1, с. 294] Виділяють чотири види соціальної реклами - некомерційну, громадську, державну і власне соціальну. Цілі некомерційної реклами - це, як правило, привернення уваги до проблем суспільства, збір пожертвувань або пропаганда тієї чи іншої ідеї. Громадська реклама звертає увагу людей на позитивні явища в житті суспільства. Державна реклама покликана поліпшити імідж державних інститутів - таких як армія, міліція, податкова поліція і т.п. І, нарешті, є власне соціальна реклама. Вона і є в першу чергу предметом нашого розгляду. Соціальна реклама «спрямована на досягнення благодійних цілей» і соціально-корисних результатів. Під останніми розуміється поліпшення криміногенної обстановки в країні; попередження поширення наркоманії та захворювань, пов'язаних з нею, спонукання населення до виконання обов'язків перед державою (військовий обов'язок, сплата податків, дотримання нормативно-правових актів, охорона навколишнього середовища). Сам принцип соціальної реклами виключає можливість переслідування комерційних або політичних цілей, згадок конкретних комерційних брендів, організацій, марок (артикулів, моделей) товарів, а також політичних партій та окремих політиків. Соціальна реклама як форма комунікації орієнтована на залучення уваги до життєво важливих проблем суспільства та його моральним цінностям. Призначення соціальної реклами - гуманізація суспільства і

формування моральних цінностей. Місія соціальної реклами - зміна поведінкової моделі суспільства. [1, с. 295]

Реклама є важливою формою масових комунікацій, а соціальна реклама повинна служити суспільству, гуманізації відносин в соціумі і сприяти формуванню громадянського суспільства. [1, с. 299]

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (И. А. Зосименко)

Володіна Дар'я

студентка 1 курсу факультету торгівлі і маркетингу
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

ЩО І ЯК КЕРУЄ СОЦІУМОМ У 21 СТОРІЧЧІ?

74% жителів України дивляться центральне українське телебачення. До того ж, вони не просто його дивляться, а стверджують, що це одне із найкращих джерел інформації, якому вони довіряють [1]. Це перша випадкова цифра, пов'язана з медіа, яку я знайшла в інтернеті. До речі, не було б інтернет-ресурсів, я би цієї інформації не знайшла, принаймні не знайшла би так швидко. Це тільки маленький відсоток доказів того, що медіа-комунікації мають величезний вплив на нас, тобто на соціум в цілому.

В минулому році я працювала у компанії, яка проводить соціологічні дослідження. У переліку питань, які я задавала було багато питань саме про телебачення, радіо та інтернет-сайти. Я не пам'ятаю ні однієї людини, яка б не користувалася хоч одним із цих інформаційних ресурсів. Ми живемо у світі, де користуються інтернет-словниками, інтернет-енциклопедіями тощо. Ми живемо у час, коли новини звучать на радіо у машині, по дорозі до університету та роботи. Ми знаходимось у просторі, де новини дивляться по телевізору та читають в інтернеті зранку, не залишаючи тепле ліжко.

Люди зараз мають змогу спілкуватися текстовими та голосовими повідомленнями у месенджерах, відправляти фото та відео. Це все нам знайомо. Скажу більше, ми вже звикли до цього та сприймаємо це як належне. Щоб зрозуміти як на нас впливають медіа-комунікації та соціальні комунікації за допомогою медіа, пропоную уявити, що всі медіа-можливості різко зникли з життя нашого соціуму. Так, я згодна, нічого неможливого не

існує, люди пережили багато чого за часи свого існування. Цю втрату ми також перетерпіли б. Не зважаючи на це, хочу сказати, що ми б не просто перетерпіли її, ми, без перебільшення, вчилися б заново жити. Чому? Тому що наразі медіа-комунікації керують соціумом всієї нашої планети.

Отже, моя невеличка доповідь – це нагадування про те, що ми маємо цінувати можливості, які приніс нам час. Згадайте світ 100 років тому. Навіть половини, того, що ми зараз маємо, тоді не існувало. Так, звісно, у медіа-комунікацій є і свої мінуси також. Але ж мінуси можна знайти повсюди. Тож давайте бачити більше позитивного навкруги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <https://www.5.ua/suspilstvo/stalo-vidomo-skilky-ukraintsiv-otrymuiut-informatsiiu-z-tb-188852.html>

Гречуха Юлія

студентка 1 курсу факультету торгівлі та маркетингу
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

РОЛЬ І МІСЦЕ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ ТА ВЛАСНОЇ ПОЗИЦІЇ ЛЮДИНИ

Засоби масової комунікації сьогодні охоплюють широкий спектр інструментів за допомогою яких поширюється інформація, якою ми користуємося з дня у день. Зараз йде запекла боротьба не лише за увагу аудиторії, а й, безумовно, вплив на неї. Наразі усі різновиди медіа дуже перенасичені різноманітними подіями: новини, катастрофи, культурно-мистецькі оновлення, освітні заходи, нововведення та сенсації – усе це несвідомо формує ваш світогляд та життєві переконання. Формування громадської думки – це те завдання, яке ставлять перед собою сучасні медіа. Саме тому, журналістам, як професійним комунікаторам, слід розуміти, наскільки сильним є вплив слів та речень, що виходять з-під їхнього пера.

Телебачення, реклама, журнали, радіо, веб-сайти, телеграм канали, газети, рекламні щити та навіть листівки – все це безперервний потік інформації, який просто не може не впливати на ваше ставлення до тієї чи іншої ситуації. Скільки новин вам доводиться чути щоденно? Скільки разів на день рекламні оголошення, намагаються нав'язати вам саме ту думку, що була б вигідна рекламодавцю? Чи замислювались ви над тим, наскільки часто вам доводиться чути новини? Я – так, тому мені було надзвичайно цікаво провести

дослідження серед знайомих та жителів мого міста. З результатів опитування середньостатистичних громадян можемо зробити такий висновок: (з 60 опитаних)

- 100% чують/читають новини щоденно
- з них 32% (16 осіб) самостійно вивчають новини за допомогою перевірених джерел
- а 68% поглинають новини несвідомо, щось почувши з розмови сусіда в автобусі чи прочитавши на рухомому рядку біля торгівельного центру, або переглянувши останній допис на сторінці улюбленого блогера.

Тільки усвідомте! 68% щоденно потрапляють під вплив неперевірених, фейкових новин. А чи здатна людина проаналізувати та зробити правильні висновки, лишається тільки сподіватися. Мас-медіа є основним засобом пропаганди, тому нам слід ретельно перевіряти джерела, які так сильно впливають на наш кругозір.

Громадська думка – це стан суспільної свідомості. Люди орієнтуються на думки тих, кому вони довіряють. Та в цьому і полягає головна проблема! Адже, знайшовши умовно достовірне джерело інформації, з часом навіть найбільш соціально відповідальна людина перестає перевіряти це джерело на добросовісність. Вона припиняє аналізувати та піддавати критичній оцінці інформацію, що потрапляє до неї з цього джерела. А от поширювати цю інформацію далі (серед друзів, родичів, колег) – не перестає. Так виникає феномен масової свідомості. Адже ми довіряємо тому, кого знаємо, а отже- довіряємо і інформації, яку він поширює. Часто ЗМІ, жовта преса користуючись ім'ям відомих постатей намагаються привернути увагу до певної події, явища чи продукту, створюючи навколо великий скандал. Це теж один з прийомів маніпуляції людською свідомістю. За нашу увагу постійно ведеться запекла боротьба, створюються масштабні рекламні кампанії, але на жаль, ми так часто продаємо її за безцінь, просто транслюючи чутки.

Мати вплив серед громади, вміти керувати нею, мати можливість залякати натовпи, використовуючи лише заголовки газет – все це дуже просто і реально зробити, якщо володіти певними знаннями та інструментами впливу на маси. Допомогти виправити цю плачевну ситуацію може спробувати кожен з нас. Просто почни з самого себе та ставлення до новин, якими ти «годуєш» свою свідомість з дня у день! Будь медіаграмотним – перестань довіряти першій-ліпшій інтернет-новині!

Отже, мати власну думку – це те, до чого варто прагнути сучасній людині. Особисті судження – це незамінний атрибут успіху та формування незалежної соціальної позиції. З власних поглядів та аналітичних навичок кожної окремої людини зароджується суспільна свідомість, громадська думка. Тож давайте докладемо всі зусилля для того, щоб вона формувалася достовірною, правдивою та не упередженою!

Гупало Маргарита

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

СОЦІАЛЬНЕ ЛІДЕРСТВО В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Постійний та стрімкий пошук сучасних теорій та практик ефективного соціально-економічного розвитку суспільства засвідчує різноманітність наукових підходів до їх формування. Це відображається на розумінні науковцями їх методологічних підвалин, принципів функціонування та становлення сучасної модернізаційної парадигми їх розвитку. Саме тому, актуальність дослідження ролі соціального лідерства у цих процесах є досить значущою. Адже сучасна ситуація соціальних невизначеностей (під впливом зовнішніх та внутрішніх викликів) потребує від членів соціуму вміння швидко, а головне ефективно на них реагувати.

XXI століття – це епоха трансформації основних ланок суспільства. У цих умовах роль соціального лідерства є досить вагомою. Виходячи з цього, місія соціальних лідерів – допомогти членам соціуму пройти шлях адаптації до нових умов життєдіяльності.

Наразі феномен лідерства досліджується переважно на емпіричному рівні. Сучасні дослідження в більшості містять аналіз окремих аспектів лідерської діяльності в певних соціальних спільнотах та практичні рекомендації щодо підготовки лідерів, формування їхнього іміджу тощо. Такий стан речей суттєво ускладнює дослідження даного феномену: головною проблемою є те, що дослідники не створюють узагальнюючих концепцій, а займаються, переважно, описом галузевих аспектів лідерства (психологічний, політичний).

У контексті соціально-економічних відносин, соціальне управління відбувається за рахунок наявної мети – ефективний суспільний розвиток, що включає розвиток та закріплення інтеграційних тенденцій як всередині різних соціальних груп, так і у суспільному просторі в цілому [1, с. 5]. Саме тому, на нашу думку, соціальне управління стає ідеальним підґрунтям для дослідження соціального лідерства у сфері соціально-економічних відносин.

Враховуючи принципи соціального управління, що охоплюють досить велику частку соціально-економічної системи, ми не можемо обійтись без більш детального поглиблення у вивчення соціального лідерства. За умов сучасного хаотичного соціально-економічного середовища лідерам потрібно чутливо сприймати зовнішнє середовище, необхідно кожного разу згладжувати ситуації та формувати атмосферу [2]. Адже, по-перше, соціальне

лідерство пов'язане із ризиком та невизначеністю; по-друге, соціальне лідерство є результатом критичного мислення, здатності до переробки інформації; по-третє, соціальне лідерство завжди пов'язане з процесами соціальної взаємодії.

Отже, приймаючи до уваги тісний взаємозв'язок між соціальним управлінням та соціальним лідерством, можемо зазначити, що соціальне лідерство є головним чинником розвитку управління суспільством. Бо, на наш погляд, в руках лідерів зосереджуються можливості для ефективного функціонування в умовах соціальних невизначеностей, які слід формувати та розвивати у сучасних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравченко А. И. Социология общий курс [Електронний ресурс] / Альберт Иванович Кравченко. – 2002. – Режим доступу до ресурсу: <https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/kravchenko.pdf>.

2. Blank w. the 9 natural laws of leadership [електронний ресурс] / warren blank – режим доступу до ресурсу: <https://www.opm.gov/policy-data-oversight/performance-management/reference-materials/more-topics/the-9-natural-laws-of-leadership/>

Данієлян Ліліт

студентка III курсу факультету психології, історії та соціології

Черкашина Тетяна

доцентка кафедри соціальної роботи, соціальної педагогіки та соціології

Херсонський державний університет, Україна

ІНТЕРНЕТ-БАНКІНГ ЯК СОЦІАЛЬНА ПЛАТФОРМА

У сучасному світі існує дуже багато соціальних платформ різного характеру: розважальні, наукові, рекламні, бізнес-платформи тощо. В умовах пандемії COVID-19 розширилися можливості, пропозиції та ресурси таких платформ, котрі дають можливість дистанційно здійснювати повсякденні справи: оплачувати комунальні послуги, швидко перераховувати гроші, сплачувати кредити, що стало досить актуальним та затребуваним під час карантинних обмежень. У наслідок цього широкого розповсюдження здобуло явище Інтернет-банкінгу.

Вивченням дистанційного обслуговування на засадах Інтернет-банкінгу займалися Н. Єрьоміна [3], З. Міндрова [4], Г. Михайлюк [5], А. Олійник [7], В. Степаненко [8], В. Шацька.

Інтернет-банкінг (e-banking) – діяльність банку із надання комплексу послуг клієнтам щодо електронного управління своїми рахунками через Інтернет з будь-якого комп'ютера в будь-який час [1, с.314].

До інтернет-банкінгу відносять: управління рахунками (виписки, перекази із рахунка на рахунок, підготовка балансів тощо); відкриття депозитів, здійснення валютних операцій; здійснення платіжних операцій (оплата рахунків за товари, комунальні платежі тощо); оформлення заяв на підключення до інших послуг (SMS-банкінг, картки, депозити, кредити, інше); надання інформації про інші відкриті банківські продукти (платіжні картки, депозити, кредити); обмін валют; обмін фінансовими документами тощо [6].

Інтернет-банкінг має як позитивні так і негативні риси. До позитивних відносять цілодобовий доступ до власних рахунків, економія часу та засобів, підвищена безпека здійснення банківських операцій. До негативних - не завжди зручний інтерфейс та іноді обмежений спектр послуг [2].

Об'єктивною причиною розвитку банківських інтернет-послуг є конкуренція. Сьогодні наявність системи інтернет-банкінгу та різноманітності банківських опцій є істотною конкурентною перевагою технологічно розвинутих банків над конкурентами. На ринку банківських послуг, зокрема під час карантину та пандемії COVID-19, інтернет-банкінг відкриває для клієнтів наступні послуги та можливості:

- ✓ перегляд, поповнення, відкриття та закриття рахунків;
- ✓ дистанційна оплата комунальних платежів та послуг операторів мобільного зв'язку, кабельного телебачення тощо;
- ✓ грошові перекази;
- ✓ онлайн-страхування;
- ✓ робота з платіжними картками – блокування/разблокування, замовлення додаткової/нової/втраченої картки;
- ✓ онлайн-консультування фахівців банку;
- ✓ переказ коштів на рахунки фізичних та юридичних осіб тощо.

Інтернет-банкінг досить поширений серед підприємств та фірм, що здійснюють продаж товарів і послуг споживачам. В умовах карантину отримання послуг, онлайн-покупки здобули високий рівень популярності через простоту та безпечність, економію ресурсів та часу завдяки інтернету та банківським опціям, які можна здійснити дистанційно. Відповідно, будь-яка фірма, заклад, підприємство і, навіть, приватна особа, які рекламують засобами Інтернету свою продукцію чи послуги в умовах карантину мають змогу залучити більше потенційних покупців та бенефіціарів.

Отже, сутність Інтернет-банкінгу полягає у самообслуговуванні клієнтів, така

функція дозволяє самостійно здійснювати необхідні щоденні банківські операції незалежно від банківського працівника. Дослідники вважають, що головною метою освоєння інтернет-банкінгу є створення універсального середовища управління власними грошовими коштами, без втрати зв'язку із банком, що дозволить клієнтам у зручний для них час, у комфортній обстановці користуватися банківськими послугами та здійснювати банківські операції. Сьогодні український ринок банківських інтернет-послуг перебуває в активному розвитку і, можна передбачити, що потреба в таких послугах швидко зростатиме й надалі, що означає, що і-банкінг потребуватиме подальшого вивчення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дистанційні послуги; Інтернет-банкінг // Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції / А. Г. Чубенко, М. В. Лошицький, Д. М. Павлов, С. С. Бичкова, О. С. Юнін. Київ : Ваіте, 2018. С. 217; 314.
2. Евгений Муджири. Плюсы и минусы украинского интернет-банкинга. Аргументы и факты [Електронне видання]. – Режим доступу: <https://aif.ua/money/961226>
3. Єрємїна Н.В. Банківські інформаційні системи: Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2000. 220 с.
4. Міндрова З.М. Проблеми та перспективи розвитку дистанційного банкінгу в Україні. URL : http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/lglpdp/2004_29/287_Mindrowa_LG_29.pdf
5. Михайлюк Г.О. Розвиток Інтернет-банкінгу як нетрадиційної банківської операції [Електронний ресурс] // Г.О. Михайлюк. – Режим доступу: www.rusnauka.com/1_KAND_2010/Pravo/9_57264.doc.htm.
6. Науменкова С.В. Ринок фінансових послуг. Навч. посібник / С.В. Науменкова, С.В. Міщенко. – К.: Знання, 2010. – 532 с.
7. Олійник А.В., Шацька В.М. Інформаційні системи і технології у фінансових установах: Навчальний посібник. Львів: «Новий Світ-2000», 2006. 436 с.
8. Степаненко В. Дистанционные банковские услуги на украинском рынке. *Сети и бизнес*. № 4 (23), 2005. С.98 -104.

Денисюк Андрій

Метіль Руслан

студенти ІІ курсу факультету економіки та управління
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна*

СТАВЛЕННЯ МОЛОДІ ДО ПОЄДНАННЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОЛОГІЇ

Природа та людина існують пліч-о-пліч з моменту зародження життя на нашій планеті. Ще з найдавніших часів людство використовувало природні блага для задоволення власних потреб та інтересів. Проте таке співіснування негативно відображається на екології, яка з кожним роком все більше і більше страждає від впливу Homo sapiens.

Яскравим прикладом негативного впливу людей на природу стала пандемія, адже коли більшість підприємств була вимушена призупинитися, а більшість людей сиділи вдома, екологічні показники різко покращились, а забрудненість навколишнього середовища знизилась.

Мета: проілюструвати можливість поєднання екології та економіки, а також порівняти як змінився світогляд опитуваних через рік та в умовах пандемії.

Завдання:

- Визначити, чи змінилося ставлення молодого покоління до проблем екології;
- Проаналізувати роботу підприємств, які в ході своєї діяльності намагаються не завдавати шкоди екології та зробити висновки щодо їх ефективності;
- Запропонувати заходи, які стимулюватимуть підприємства переходити на «екологічні рейки».

Як ми згадували вище, питання взаємозв'язку екології та економіки є доволі дискусійним. Хтось вірить, що рано чи пізно людська діяльність спустошить планету і нашим нащадкам не залишиться нічого. Натомість є й ті, хто незважаючи на наслідки, буде діяти згідно своїх інтересів. Таке протиріччя лише вкотре доказує, що необхідно знайти альтернативний вихід для задоволення благ обидвох сторін.

У цьому році ми провели вдосконалене соціологічне опитування, щоб розібратися як змінилося ставлення до даного питання у наших ровесників.

Перше питання нашої нової анкети було наступне: «Що ви оберете: економічне процвітання зараз та екологічна катастрофа для нащадків або економічний спад сьогодні та екологічна безпека для майбутніх поколінь?». Щодо даного питання думки студентів розділилися: 65,1% респондентів вибрали безпеку для нащадків, а 34,9% надали перевагу процвітанню сьогодні. У минулому році результати були наступними: за економічне процвітання тепер були - 35,6%, а за збереження екології тут і зараз - 64,4%. Як ми бачимо, результати за обидва роки практично не змінилися, що свідчить про постійність пріоритетів щодо даного питання.

Наступне питання звучить так: «Чи здатне людство знищити планету своїм «способом життя»?». 92,1% респондентів вважають, що люди здатні знищити планету своїми діями, і лише 3,2% впевнені в тому, що вищезгадане твердження є хибним. В минулому році результати були наступними: 93,2% проти 6,8%. Отже, можна зробити висновок, що зміни в ставленні людей до даної проблематики залишилися майже незмінними.

Яскравими прикладом того, що економіка має стати більш налаштованою на екологію, є і поява нових, альтернативних джерел енергії. Дані події дедалі більше вказують

на те, що людство наразі намагається знайти якомога більше способів того, як зберегти або навіть покращити своє теперішнє становище, не шкодячи при цьому навколишньому середовищу, адже «традиційні» методи виробітку енергії є безумовно шкідливими. Альтернативні джерела енергії також мають як свої переваги (наприклад, екологічність, відтворюваність), так і певні недоліки (наприклад, висока вартість, залежність від погодних умов), проте плюси все ж переважають над мінусами.

Незважаючи на це держави світу поки не поспішають масово їх використовувати. Міжнародна економічна та політична практика нашого часу вже доводить, що багато країн (починаючи від найзаможніших) відверто не хочуть брати на себе тягар екологізації економіки, але обійтися без рішучих кроків у цьому напрямі міжнародна спільнота не може, інакше дана бездіяльність призведе до серйозних наслідків. [1, с. 15]

Варто також згадати, що попри високу вартість будівництва обсяг виробництва енергії з альтернативних джерел нічим не поступається, а за сприятливих умов навіть перевищує показники обсягу енергії, здобутої за допомогою спалювання вугілля. Зокрема, в минулому році загальна потужність об'єктів відновлюваної енергетики в Україні зростає втричі – з 2,3 до 6,8 ГВт (на січень 2020 року).[2]

Проте екологічні ідеї наразі панують не тільки у сфері енергетики. Наразі багато компаній-велетнів намагаються покращити становище навколишнього світу завдячуючи постійним модернізаціям, спрямованим на екологізацію власної діяльності. Саме тому ми наводимо приклад деяких компаній, що почали переводити власний бізнес на «екологічні рейки».

Компанія Carlsberg Ukraine входить до групи Carlsberg Group, яка є однією з провідних пивоварних компаній у світі з великою кількістю марок пива та інших напоїв. Вони розпочали реалізацію плану «Ціль 4 нулі: разом для майбутнього». Серед головних орієнтирів – нуль вуглецевого сліду і нуль втрат води. Carlsberg Group розраховує до 2022 р. перейти на стовідсоткове використання на своїх пивоварнях електроенергії з поновлюваних джерел, а до 2030 р. – забезпечити 0% викидів вуглекислого газу на своїх броварнях і знизити на 30% вуглецевий слід готової продукції. Також Carlsberg Group розраховує забезпечити на своїх пивоварнях скорочення втрат води на 25% до 2022 р. і на 50% - до 2030 р. [3]

Також необхідно згадати і такі компанії, з якими найчастіше пов'язують забруднення довкілля, звернути увагу на те, як вони прагнуть вдосконалитись згідно європейських вимог та які заходи проводять для зменшення шкідливого впливу власних підприємств на довкілля. Один з них – металургійний завод «Азовсталь», який є одним з лідерів української металургії. Ця ефективна металургійна компанія повного циклу входить до групи Metinvest.

Завод реалізує масштабний план екологічної модернізації виробництва. Наприклад, між 2014 і 2016 роками доменну піч № 4 було реконструйовано. Вартість такого рішення можна оцінити в приблизно 2 мільярди гривень. Двоповерхові криті ливарні цехи були побудовані з сучасними системами видалення та утилізації димових газів. На даний момент на заводі продовжується модернізація доменної печі №4, щоб покращити її “екологічну ефективність”, а також інвестувала капітал в переробку доменної печі №3. [4]

Попри те, що деякі великі компанії намагаються функціонувати з врахуванням потреб екології, більшість підприємців однаково притримуються традиційного вектора розвитку виробництва. Щоб якось стимулювати їх до “зеленої діяльності” уряди держав запроваджують екологічні податки. Україна не є винятком, оскільки у нас уже функціонує податок такого типу. [15]

Запропонований нами новий податок є доповненням до вищезгаданого. Наразі податок стягується саме в залежності від кількості викидів та відходів певного підприємства. На нашу думку, разом з цим потрібно також оподатковувати і сам факт використання типів виробітку енергії, що передбачають також і виробіток шкідливих відходів, які безумовно шкодять довкіллю.

Елементи запропонованої нами системи оподаткування полягають у наступному: суб'єктами (платниками) нашого податку будуть фізичні чи юридичні особи, що володіють компаніями, які в свою чергу займаються виробітком енергії; об'єктом в даному випадку є вищезгаданий податок на застосування неекологічних видів виробітку енергії; одиницею оподаткування є показник перевищення норми виробітку електроенергії (кВт/год.) при використанні неекологічних методів виробництва. Норма буде залежати від розмірів підприємства; джерело сплати податку – це особистий дохід підприємця; податкова ставка буде визначатися згідно чинного законодавства.

Введення даної «інновації» матиме безумовно багато переваг. Зокрема, наш податок спрямований саме на те, щоб зменшити негативний вплив підприємств на навколишнє середовище, а також стимулювати власників великих підприємств перейти на екологічні типи виробітку, адже собівартість використання традиційних відчутно зросте.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна сміливо заявити, що шлях до синтезу економіки й екології буде складним і довгим. В даному випадку значну роль відіграватиме такий фактор, як звичайна людська меркантильність. У прагненні задовольнити власні бажання та потреби людина спустошує навколишній світ, незважаючи на тих, хто живе поруч. Концепція «екологізації економіки» для більшості світових магнатів означала би відмову від власних інтересів.

Проте не всі великі підприємці притримуються такої думки. Зокрема, щоб встигати за «зеленими тенденціями», які за останні роки набули стрімкого поширення, безліч великих компаній запроваджують різні екологічні програми. Такий крок не лише допомагає довкіллю, але й позитивно впливає на імідж самих фірм. До них відносяться такі відомі світові бренди, як Carlsberg та Metinvest. Створення подібних програм великими компаніями є значним кроком до синтезу економіки й екології і є безумовно важливим для нашого майбутнього.

Тому, можна зробити висновок, що, незважаючи на те, що для екологізації економіки потрібно провести низку різноманітних заходів та активних дій, потрібно пам'ятати про те, що великі зміни можуть починатися з малих речей, і тому кожен має змогу взяти участь у їх формуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туниця Ю. Ю., Семенюк Е. П., Туниця Т. Ю. Екологізація економіки: теоретико-методологічний аспект // *Економічна теорія*. – 2011. – № 2. – С. 15
2. Генерація СЕС та ВЕС в Україні в окремі години вже перевищує вугільну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ecotown.com.ua/news/Generatsiya-SES-ta-VES-v-Ukraini-v-okremi-godini-vzhe-perevishchu-vugilnu/>
3. Офіційний сайт компанії Carlsberg Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://carlsbergukraine.com/v-dpov-dal-nii-rozvitok/nash-ts-1/>
4. Офіційний сайт компанії Metinvest [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://azovstal.metinvestholding.com/ua/responsibility/safety/environment>
5. Податковий кодекс України - розділ VIII, стаття 240 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#n5958>

Довбенко Тетяна

старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін
*Національний університет фізичного виховання
і спорту України,
Україна*

СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ

ПРОБЛЕМ МЕДІА ПРОСТОРУ

У сучасному суспільстві все більшого розвитку набуває Інтернет. Незважаючи на те, що Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій відстає від деяких країн світу, Інтернет і комп'ютери все більше входять у наше повсякденне життя. Дослідження ролі мас-медіа є частиною більш широкої галузі дослідження людської комунікації, у якій можна виділити різні типи на основі певних ознак, насамперед, за рівнем соціальнообумовленої масштабності спілкування. З цієї точки зору мас-медіа є тими засобами масової комунікації,

які дають можливість спілкуватися соціальним структурам різного масштабу: організаціям, групам, особистостям тощо.

Вивченням цього питання займалися як зарубіжні (А. Войскунський, А. Голдберг, Д. Грінфілд, М.Кастельс, Д.Ліллекер, К. Янг та ін.), так і українські вчені (Є. Акімова, Ю. Бабаєва, О.Белінська, Ю.Данько, В. Недбай, О. Філатова та ін.) У своїх працях вони досліджували мотивацію користувачів Інтернету і соціальних мереж: їх вплив на розвиток та соціалізацію особистості, на особистість користувачів, симптоми, причини Інтернет - залежності, розробляли профілактичні заходи щодо її попередження. В той же час, в сучасній літературі обмаль праць, присвячених висвітленню питань щодо впливів на сучасну молодь, як позитивних так негативних використання соціальних мереж. Таким чином, незважаючи на достатньо велику кількість публікацій із цієї проблематики, вона зберігає свою актуальність.

Початком популярності соціальних мереж прийнято вважати 2003-2004 рр. Розвиток українських соціальних мереж розпочався з березня 2014 року. Поштовхом до цього стали події Євромайдану 2013-2014 рр., анексія Криму та початок воєнних дій на Донбасі, які загострили проблему підкреслення національної самобутності українців, у тому числі – у кіберпросторі.

Статистичні дані свідчать, що за останні роки кількість користувачів соціальних мереж значно збільшилася й охоплює усі вікові групи. Так, за даними досліджень пошукової системи «Яндекс» станом на 2014 рік у соціальних мережах «Вконтакте», «Однокласники», «Facebook» і «Twitter» було зареєстровано близько 40 млн. українських акаунтів. Серед них значну частку займали користувачі підліткового та юнацького віку [1]. Згідно Statista.com, станом на березень 2019 року найбільш популярною соціальною мережею в Україні був Facebook, яким регулярно користуються 44 відсотки учасників опитування. Instagram посів друге місце з часткою 18 відсотків, а 13% респондентів взагалі не користувалися соціальними мережами. 19 мільйонів українців є користувачами Facebook, згідно зі статистикою цієї ж соціальної мережі, яку вона надає в рекламному кабінеті [2]. Соціальні мережі як джерело інформації мають значний рівень довіри аудиторії. Так, за даними дослідження, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» у листопаді-грудні 2017р., соціальним мережам довіряє більше третини українців (37%) [3].

На відміну від інших засобів інформації, соціальні мережі поєднують у собі друковану, фото- та відеоінформацію і тому стають потужним агентом вторинної соціалізації людини. На думку А. Данилова, соціалізацію особистості із врахуванням інтернет-факторів варто розглядати у двох вимірах. По-перше, це соціалізація у віртуальному кіберпросторі, коли суб'єкт засвоює норми та цінності, моделі поведінки у

віртуальній реальності, інтегрується в мережеві інтернет-спільноти. Показниками цього є рівень його комп'ютерної та інформаційної грамотності, знання правил і наявність навичок взаємодії в інтернет-просторі. По-друге, це соціалізація в реальному світі через віртуальний вимір. [4, с.110]

До позитивних аспектів особистісного розвитку за допомогою Інтернет-спілкування можна віднести подолання комунікативного дефіциту, розширення кола знайомих. При цьому дружба в соціальних мережах часто досить поверхнева. Соціальні мережі сприяють розвитку електронного навчання й освіти в цілому, пропонуючи нові технічні та методичні засоби. Позитивною рисою соціальних мереж є можливість створення груп за інтересами. Зворотний бік спілкування у соціальних мережах – це відхід від справжнього життя, неможливість налагодити контакти з реальними людьми. Зловживання соціальними мережами може призвести не лише до десоціалізації, але і до деструктивних змін у психіці та поведінці особистості.

Соціологічні дослідження, ініційовані компанією «Київстар» у 2019 році, свідчать: 76% батьків не знають, які сайти відвідують їхні діти; 17% дітей готові надати інформацію про себе і свою родину; 28% можуть без вагань надіслати свою фотокартку незнайомцям; 22% час від часу потрапляють на сайти «для дорослих»; 14% дітей час від часу надсилають платні SMS для отримання бонусів в он-лайн іграх або соціальних мережах, не звертаючи увагу на вартість цих повідомлень; лише 18% реально слідкують за життям дитини в мережі [5, с.4]. Батьки не можуть забезпечити дитину, оскільки мало розуміються на всіх тонкощах користування Інтернетом.

Можливості соціальних медіа сьогодні настільки великі, що вони стали складовою масової комунікації, важливою інформаційною платформою, яка не лише інформує чи координує, але й впливає на формування думки, випереджаючи традиційні медіа. Якщо проаналізувати принципи формування громадської думки за посередництвом соціальних медіа, то насамперед слід врахувати психологічні чинники. Адже кожен з нас прагне бути почутим і прийнятим, задовільнити свою потребу у спілкуванні. Варто наголосити на соціальній значущості і ототожненні з друзями з групи, соціальній вигоді від дружби з певними особами (коли йдеться про відомих політиків, громадських діячів, зірок естради, письменників). Соціальні медіа дають потенціал для саморозвитку, навчання та отримання нової інформації. Огляд соціальних мереж дає змогу побачити їхній безпосередній вплив на процеси демократизації суспільства, здатність самоорганізовуватись, самотужки вирішувати важливі питання. До прикладу, волонтерська діяльність, допомога хворим дітям, військовим, збір коштів потребуючим, розголошення злочинної діяльності, пошук винуватців ДТП, формують громадську думку.

Отже, можна зробити висновок, що саме сучасні інтернет-технології створюють умови для більш раннього включення дітей у процес соціалізації. Але водночас вплив соціальних мереж на особистісний розвиток унаслідок дії інтернет-простору не може бути однозначно кваліфікований як позитивне чи негативне явище. Найчастіше причиною Інтернет-залежності є негармонійні сімейні стосунки, відсутність підтримки і порозуміння з боку близьких людей. Пізнавальний компонент діяльності людини у мережі Інтернет дає можливість пошуку та засвоєння підлітками інформації, яка розміщена на веб-сайтах, метою якого є розширення, поглиблення, уточнення власного уявлення про світ, реальну та віртуальну дійсність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Яндекс дослідив кількість українців «Вконтакте», «Facebook», «Однокласниках» та «Twitter» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://life.pravda.com.ua/society/2014/08/21/178367/>
2. Найпопулярніші соціальні мережі України та країн світу [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/>
3. Вплив соціальних мереж на формування особистості підлітків. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://vipsoft.blob.core.windows.net/contes/041cf057f5dfb5204385e35b82eed715.pdfht>
4. Смокова Г.І. Особливості формування публічних цінностей молоді у кіберпросторі: досвід України. /Г.І. Смокова // Політичне життя - №1. – 2018. – С. 108-112
5. Панченко О.А. Інформаційні ризики безпеки дитини у турбулентному інформаційному середовищі з позицій державного управління /О.А Панченко // International Academy Journal Web of Scholar - 7(49). - 2020. – С. 1-7

Зав'ялова Марія

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

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ТА ЯВИЩ НА РЕКЛАМНУ ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Зараз у добу інформаційного суспільства значна кількість чинників, що впливають на формування суспільних цінностей та на спосіб життя людей збільшилася. Зокрема реклама має великий потенціал саме для корегування еталонів суспільства та має вплив на моральні цінності, які є необхідними для формування різноманітного споживання та суспільства у цілому. Реклама може формувати поведінкові стереотипи та впливати на

світогляд споживачів. Сьогодні реклама всюди у різних формах та видах, адже це одна з найприбутковіших сфер які постійно розвиваються.

Необхідно зазначити, що один з найбільш популярних видів комерційної реклами сьогодення - це візуальна реклама. У наш час реклама повинна швидко привертати увагу, саме тому, простіше за все зробити це за допомогою яскравої та цікавої картинки. Таким чином, до представників сучасного суспільства, більшість якого є візуалами, тобто краще сприймають інформацію саме візуально, інформація яку хоче донести рекламодавець дістається більш повно.

Для більшого реалізму в рекламі використовують візуалізацію соціальних процесів та явищ, оскільки саме з ними ми стикаємося щодня і це є неодмінна (умова) частина нашого життя, буденності. Людина - істота соціальна і їй потрібно бути в центрі всіх подій та стежити за їх актуальністю кожного дня. Саме цим зумовлюється актуальність вивчення візуальної комерційної реклами в просторі соціогуманітарного знання.

Що ж таке соціальний процес та соціальне явище? П. Сорокін зазначав: «Під процесом ми можемо розуміти будь-який вид руху, модифікації, трансформації, чергування або «еволюції», кожна зміна даного предмета, що підлягає вивченню продовж певного часу, будь-то зміна його місця у просторі, це може бути зміна його характеристик кількісних або якісних, чи зміна положення у просторі» [1].

Соціальний процес слід відрізнити від соціального явища. Соціальне явище це соціальний зв'язок, має психічну природу в уявленнях особистостей, водночас виступає за його межі по тривалості та змісту. Соціальний процес має більш чітко виражену складову часу, що дає об'єктивований характер об'єкту дослідження та дозволяє за всіма властивостями в залежності від часу дослідити його [2]. О. Конт зазначав, що соціальні явища суть природних фактів, які підвладні законам природи. Цим він признав соціальні явища речами, тому що у природі існують тільки речі [3].

Для більш наочного узагальнення доцільним видається наступне визначення цих понять. Соціальний процес – це будь-яка зміна у соціальному просторі. Соціальне явище – те що відбувається у соціальному житті. Іншими словами соціальні процеси та явища – це те з чого складається наша соціальна реальність.

Комерційна реклама являє собою невіддільне явище сучасності, яке з'явилося ще на самому початку цивілізації, пройшло багато етапів разом з еволюцією людини, її потреб та розвитку культури. В умовах ринку комерційна реклама є необхідною частиною системи комунікацій суб'єктів підприємницької діяльності. Вона не тільки дає інформацію для споживачів та потенційних клієнтів про можливість придбати той чи інший товар, а й надає

можливість оптимального вибору, тому що інформує про усі необхідні аспекти для вибору товару чи послуги (якість, ціна, як використовувати тощо).

Який же вплив мають соціальні процеси та соціальні явища на рекламну діяльність комерційних організацій? Дуже часто ми можемо помічати те, що сюжети реклами підлаштовуються під сучасну буденність. Інакше кажучи, соціальні процеси та явища роблять тренди у рекламній сфері.

Для більш поглибленого розуміння таких особливостей впливу доцільним видається наведення таких прикладів. Першим буде рекламний тренд на використання у рекламі еротичних образів для привертання більшої уваги. Відомо, що таким чином найлегше привернути увагу, зобразивши у рекламі привабливу дівчину чи, рідше, хлопця протилежна стать неодмінно зверне увагу а, мабуть, і запам'ятає таку рекламу. Що звісно гарний результат для рекламодавців, але така реклама частіше за все є дискримінаційною, що може негативно впливати на враження деяких споживачів. Таку рекламу почали використовувати ще у кінці 19 століття у Вікторіанську еру, коли суспільство стало більш ліберальним то така реклама почала значно поширюватися та ставала все більш відвертою. Таким чином, відображені соціальні процеси та соціальні явища сприймаються більш буденно.

Для другого прикладу я візьму більш позитивний приклад – це тренд на здоровий спосіб життя і використання його у комерційній рекламі. Приблизно останні 10 років ви могли помічати те наскільки спорт, правильне харчування, водний баланс і т. д. стали настільки розповсюдженими, що стали частиною нашого життя. Такий тренд досить чітко відбивається на рекламі. Вже замість звичайного йогурту нам пропонують дуже корисний йогурт з біфідобактеріями та величезною кількістю вітамінів.

Ці приклади доводять, що процеси які відбуваються у суспільстві часто знаходять своє яскравий відбиток в рекламі комерційних організацій та підприємств. Натомість і реклама своєю чергою може впливати на соціальні процеси, наприклад запроваджувати моду на певний продукт, поведінку або стиль життя. Таким чином, вивчення впливу соціальних процесів та соціальних явищ на формування контенту комерційної реклами постає вкрай актуальним напрямком для сучасної соціологічної науки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Капітан В. Поняття та роль соціальних процесів у забезпечені економічної безпеки // Науковий вісник «Демократичне врядування». – 2012.
2. Тухватулліна, М.А. Дослідження соціально-економічних і політичних процесів: навчальний посібник / М.А. Тухватулліна. - Нижньокамськ: Нижньокамський хіміко-технологічний інститут (філія) ФГБОУ ВПО «КНІТУ», 2015. - 108 с.
3. Дюркгейм Е. Соціологія. Її предмет, метод, призначення / Пер. з фр., складання, післямова і примітки А. Б. Гофмана.- М.: Канон, 1995.- 352 с.- (Історія соціології в пам'ятках)

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID – 19 НА РОБОЧІ ПРОЦЕСИ ПРАЦЕВЛАШТОВАНОГО НАСЕЛЕННЯ КИСВА

Пандемія COVID-19 - це безпрецедентна за темпами поширення і масштабом криза. Вона несе в собі як одномоментні, так і довгострокові наслідки для професійного життя людей. Робота, робочі відносини, і процеси є важливими складовими в житті людини і зміни в них, несуть низку проблем, як для окремих людей або компаній, так і для суспільства в цілому.

Зараз, ми можемо побачити, що під впливом пандемії, відсоток заможних верств населення впав з 20.5% до 12%, і зросла частка людей з низьким рівнем добробуту, з 30% до 36%. Якщо така динаміка продовжиться, то проблеми будуть загострюватися по експоненті що призведе до кризи для українського суспільства. Також, крім економічних проблем, виникають проблеми соціального і морального характеру. В період 2017-2019 рр., стрес переживали 50-53% населення України, а в 2020-му їх кількість збільшилася до 67%.

Проблема зі збільшенням стресу, веде до зменшення продуктивності працівників і роботодавцям доводиться відправляти їх у відпустки, що погано позначається на економічних показниках компаній, а в наслідок і економіці країни. Боротьба з пандемією COVID-19 та карантинні обмеження, що вводяться в зв'язку з цим, зробили серйозний вплив на організацію роботи багатьох компаній. Якщо одним вдалося відносно безболісно перевести робочі процеси на дистанційний формат, то інші все ще відчувають з цим складності. Роботодавцям та керівникам доводиться вирішувати проблеми зі зниженням працездатності, мотивації, продуктивності праці, і ще з багатьма іншими, які виникли завдяки пандемії COVID-19.

Спираючись на дані досліджень українського менеджменту, можна зробити висновки, що багато українських компаній неохоче впроваджують нововведення і дотримуються консервативної стратегії ведення бізнесу, використовуючи вже перевірені методики, інструменти і моделі в своїх робочих процесах. Але, така ситуація, особливо в період жорстких карантинних обмежень, диктує свої умови, змушуючи керуючий склад вносити все більше змін в робочі процеси, що сильно позначається як на роботодавцях, так і на працівниках. Якщо першим довелося переглядати бізнес процеси, впроваджуючи

інновації та нововведення, для того, щоб встигати за різкими змінами, які відбулися під впливом пандемії, то працівникам довелося відчутти ці зміни на собі, набуваючи нові навички, як технічні, так і комунікативні. Для деяких, ці зміни виявилися позитивними, компанії автоматизували робочі процеси, впровадили нові інноваційні рішення, а працівники освоїли нові навички і стали більш мотивовані до робочої діяльності. Але для інших такі зміни призвели лише до фінансових збитків.

Для більш ґрунтовного вивчення обраної теми автором було проведено розвідувальне соціологічне дослідження, в період з 1.02 по 19.02. 2021 року. Виходячи з даних, отриманих шляхом опитування 68 респондентів, можна зробити висновки, що пандемія COVID-19 мала більше негативних наслідків, ніж позитивних. Так, 42,7% анкетованих відповіли, що пандемія мала негативний вплив на згуртованість колективу, і тільки в 19,2% випадків, опитувані висловили думку, що згуртованість покращилася. Так як згуртованість колективу відіграє важливу роль в ефективності праці, то через її погіршення з'являється низка проблем. Одна з них - це порушення комунікації між співробітниками, через що падає їх продуктивність - збільшується час, необхідний на виконання поставлених завдань і в той же час зменшується якість здійснення роботи. Крім цього, низький рівень згуртованості колективу негативно впливає на бажання працювати і підвищує рівень стресу працівників, внаслідок чого, зменшується прибутковість компанії. У той же час, фінансові труднощі, з якими зіткнулися компанії, негативно відбилися і на працівниках. Так, 29,4% опитуваних відповіли, що в наслідок пандемії COVID-19, в організації де вони працюють, було скорочення персоналу, а у 33,8% респондентів зменшилася заробітна плата. Крім цього, 45,6% компаній вирішили повністю відмовитися від корпоративів, 16,2 вирішили провести їх в онлайн режимі і тільки 35,3% вирішили проводити їх очно.

Ще одним негативним наслідком пандемії COVID-19 є збільшення рівня стресу серед працівників. Так, рівень стресу виріс у 82,3% респондента, з них 51,4% відповіли що він незначно або середньо виріс, а 30,9% сказали, що в їх житті, стресу стало набагато більше. Виходячи з даних дослідження, можна виділити основні каталізатори стресу: фінансові проблеми - з ними зіткнулися 69,1% респондентів. Напруженість в колективі викликає стрес у 55,9% опитаних. Стрес через сімейних проблем - 50% анкетованих, а також, стрес через страх звільнення - 48,5% респондентів. Крім цього, на рівень стресу впливають і деякі труднощі, викликані пандемією COVID-19. Проблема з якою найчастіше зустрічаються респонденти - це труднощі добиратися на роботу, з нею зіткнулися 72,1% опитаних. На другому місці стоїть підвищення рівня стресу в колективі - 63,2% респондентів.

Крім негативних наслідків, пандемія COVID-19 має і позитивні аспекти. Так, 54,4% респондентів відповіли, що пандемія мала позитивний вплив на їх мотивацію до робочої діяльності. А 63.2% опитуваних сказали що завдяки пандемії, у них було більше вихідних. Ґрунтуючись на цих даних, можна припустити, що страх втратити роботу і додаткові вихідні продуктивно впливають на бажання працювати і мотивацію співробітників до робочої діяльності. Також, крім цих факторів, на мотивацію до трудової діяльності можуть впливати і фінансові труднощі респондентів. У період невизначеності, яку внесла хвороба, люди намагаються убезпечити себе, створивши фінансову подушку, внаслідок чого, підвищується їх мотивація до трудової діяльності.

Також, пандемія COVID-19 змусила деякі компанії ввести зміни і в формат роботи, давши можливість працювати віддалено або в змішаному форматі. Серед респондентів які працюють віддалено, тільки 8.3% хотіли б повернутися до офісній роботі. Такі показники можуть бути викликані як зручністю роботи з дому, так і зменшенням часу які вони витрачають на роботу. 75% опитуваних, які працюють віддалено, відповіли, що час, що витрачається ними на роботу, зменшився.

Як показало дослідження, пандемія COVID-19 внесла велику кількість як позитивних, так і негативних змін в житті людей. Також, можна зробити висновки, що більшість проявів пандемії COVID-19 мають негативне забарвлення, такі як: збільшення рівня стресу, згуртованість колективу, звільнення, зменшення заробітної плати, напруженість в колективі, та відмова від корпоративів. Але можна відділити і позитивні аспекти, такі як: збільшення мотивації до трудової діяльності, та більша кількість вихідних днів. Пандемія COVID-19 сильно відобразилася на сфері управління персоналом, керівникам довелося переглянути свій погляд на різні робочі процеси, починаючи від системи заохочення співробітників і закінчуючи автоматизацією різних систем. Такі рішення внесли як тимчасові, так і постійні зміни. Багато співробітників отримали можливість працювати віддалено і не хочуть повертатися до звичного, офісного графіка. Також, керуючий склад побачив користь впровадження нових методик та інструментів, що сильно відобразитися на українському менеджменту зокрема і економіці країни в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Як коронавірус змінить нашу роботу - можливо, назавжди [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54842038>.
2. Думка молоді: результати U-Report [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vak.in.ua/do.php>.
3. Динаміка самооцінки матеріального становища родини, квітень-червень 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=957&page=6>.

4. Настрої українців щодо коронавірусу: результати соціопитувань [Електронний ресурс] // Аналітичний портал «Слово і діло». – 4. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.slovoidilo.ua/2020/04/04/infografika/suspilstvo/nastroji-ukrayincziv-shhodo-koronavirusu-rezultaty-soczopytuvan>.

5. Итоги удаленки: как карантин повлиял на продуктивность в цифрах [Електронний ресурс] // ain. – 22. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2020/05/22/itogi-udalenki-kak-karantin-povliyal-na-produktivnost-v-cifrax/>.

6. Український ринок праці: історичні виклики та нові завдання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-3-58-2016/ukrainskij-rinok-praci-istorichni-vikliki-ta-novi-zavdannja/>.

7. Соціально-економічні настрої населення України: травень – червень 2020 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/2-73-2020/sotsialno-ekonomichni-nastroi-naselennia-ukrainy-traven-cherven-2020-roku/>.

8. Стан психологічного дистресу серед різних соціальних груп в Україні під час пандемії COVID-19 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/2-73-2020/stan-psykholohichnoho-dystresu-sered-riznykh-sotsialnykh-hrup-v-ukraini-pid-chas-pandemii-covid-19/>.

Каплун Михайло

студент III курсу факультету міжнародної економіки і менеджменту,
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ САМОРОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Дотримання основних принципів корпоративної соціальної відповідальності сьогодні є досить важливим фактором розвитку та функціонуванні будь-якої компанії. Позиція соціально відповідального ведення бізнесу, насамперед, відображається в рівні партнерства між компаніями, урядовими структурами та головними дійовими особами громадянського суспільства та сприяє вирішенню соціальних проблем і прискоренню розвитку суспільства. Як зазначається науковцями та практиками, ідею соціальної відповідальності перед суспільством, беручи до уваги зацікавлені сторони, можна поділити на дві концепції:

1) концепція соціально відповідального бізнесу, яка розглядає його соціальну діяльність з точки зору інтересів суспільства і держави;

2) концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) яка характеризує усвідомлення бізнесом свого боргу перед суспільством, колективом, індивідом за свої дії та їх соціальні наслідки.

Разом із тим, відношення до самих принципів соціальної відповідальності, до звітності з КСВ може на практиці проявлятися по-різному. Так, відомий зарубіжний вчений Г. Колодко стверджує, що “модною димовою завісою у світі бізнесу ... є концепція соціальної відповідальності підприємства” [1, с. 47] . Це означає те, що проведення заходів спрямованих на зміцнення корпоративної соціальної відповідальності допомагає компаніям в якійсь мірі приховати свої недоліки (тобто негативний вплив на економічну, екологічну та соціальну сферу суспільства). Тому за рахунок здійснення такої політики, підприємства забезпечують собі «зовнішньо-надійне обличчя».

На щастя, не завжди дотримання постулатів соціальної відповідальності – це лише ширма, за якою криються численні недоліки. Адже, дійсно, можна привести численні приклади діяльності компаній, котрі усвідомили вже давно, що КСВ – це крок у майбутнє. Зокрема, як ми знаємо, термін «корпоративна соціальна відповідальність підприємств» на Заході з’явився значно раніше та наразі розвивається досить швидкими темпами. Це проявляється в широкому спектрі заходів, котрі компанії виконують. Наприклад, такі відомі компанії як Google чи Apple направляють свої технологічні та фінансові ресурси на допомогу людству в отриманні якісної освіти і створенні умов для використання кар’єрних можливостей. Так, дослідження Reputation Institute оприлюднили список топ-10 компаній з найкращою репутацією КСВ, до яких увійшли Microsoft, Google, The Walt Disney Company, BMW, Apple, Daimler (Mercedes – Benz), Volkswagen, Sony, Colgate- Palmolive, Lego Group.

Бажаючи краще реагувати на потреби споживачів, партнерів, суспільства та довкілля в усьому світі, великі транснаціональні компанії та й невеликі місцеві переосмислюють своє функціонування та впроваджують нові стратегії.

Яскравим прикладом, на нашу думку, є німецька компанія Deutsche Post DHL або DHL. Логістична компанія, яка має більш ніж півмільйона працівників у більш ніж 200 країнах світу та дохід по 50 млрд євро в рік. В компанії існують 3 програми (Go help, Go green, Go teach) ведення корпоративної соціальної відповідальності [2].

Так, Go help – програма, відповідно до якої компанія спрямовує сили на ліквідацію наслідків стихійних лих, маючи маршрути, розвинену інфраструктуру, технології та спеціальний транспорт.

Go green - включає в себе широкий спектр заходів та ініціатив: від ведення аудиту викидів парникових газів до складання і оприлюднення звіту про викиди парникових газів, внутрішнього природоохоронного менеджменту та дій з ощадливого використання

природних ресурсів, просвітницької роботи із інформування і створення екоощадливої культури праці робітників та інше. Одним із прикладів дій з оощадливого використання природних ресурсів є те, що інфраструктура будівлі головного центру європейського регіону дозволяє збір дощової води з даху будівлі. Ця вода потім використовується з технічною метою сантехнічної системи, що насправді значно скорочує затрати води працівників у будівлі;

Програма Go Teach передбачає соціальні ініціативи компанії із покращення можливості для навчання та можливість працевлаштування молоді. Як зазначено на сайті DHL: «У сучасному світі, який швидко змінюється, освіта сприяє підвищенню стабільності та процвітанню — як для людей, так і для суспільства та ринків».

На нашу думку, такі проекти та впровадження в компанії стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію будь якого підприємства, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників.

Для українського бізнесу, незважаючи на те, що проблематика КСВ є не новою, на сьогодні недостатньо розробленою як у теоретичному, так і в прикладному аспектах.

Доцільно навести у приклад український агрохолдинг «Мрія», котрий став піонером популяризації кооперативного руху в Україні. В країні досить успішно працюють десятки різногалузевих кооперативів, які дають змогу селянам гуртуватись для виробництва, продажу та навіть переробки своєї продукції, формуючи великі партії та виставляючи вигідніші ціни. [3].

Насправді, «корпоративна соціальна відповідальність — це ефективний інструмент саморозвитку компанії, а також розвитку місцевих спільнот та побудови конструктивного діалогу з різними секторами суспільства. Інвестуючи у програми підтримки, компанія забезпечує собі сталий розвиток в майбутньому» [3].

Також варто приділити увагу компанії ДТЕК. Загальновідомо, ДТЕК – найбільша приватна енергетична компанія України, яка займається видобутком і збагаченням вугілля, а також генерацією та постачання електроенергії [4]. Концепція розвитку ДТЕК передбачає побудову енергетичної компанії, яка зв'язує Україну та Євросоюз в єдиний ланцюжок з виробництва та продажу електроенергії, використовуючи переваги вертикальної інтеграції, найкращу управлінську експертизу, досвід розвитку вугільних підприємств зі складними геологічними умовами й унікальне географічне розташування України. ДТЕК прагне відповідати найкращим світовим стандартам і приділяє велику увагу корпоративній соціальній відповідальності.

На сьогоднішній день ми можемо спостерігати все більшу і більшу активність та зацікавленість українських компаній в запровадженні проектів та заходів корпоративної

соціальної відповідальності. Але КСВ має дещо непостійний характер і частіш за все представлена окремими акціями благодійного характеру. Причин цьому є декілька.

По-перше, частина бізнесу в Україні іноді не правильно розуміє даний термін. Так, враховуючи дані з проведеного опитування центра «Розвитку корпоративної соціальної відповідальності», більшість респондентів (75%) розуміє соціальну відповідальність як політику розвитку і поліпшення умов праці персоналу. Третина опитаних, як інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів. Трохи більш ніж чверть опитаних віднесли до КСВ допомогу воїнам АТО та мешканцям зони АТО, благодійну допомогу й охорону довкілля. Найменше українські компанії сприймають соціальну відповідальність як боротьбу з корупцією та допомогу переселенцям.

По-друге, здійснення даної політики в компанії потребує значних залучених коштів. Середні та малі підприємства, особливо в період фінансової кризи, не може фінансово собі це дозволити.

Не зважаючи на це Україна прагне будувати свою роботу відповідно до міжнародних стандартів КСВ, залишаючись відповідальною країною і соціальним інвестором. Соціальна відповідальність компаній сьогодні – це основний чинник формування корпоративної стратегії, що є сферою діяльності корпоративних структур, яка пов'язана з добровільно узятими на себе соціальними зобов'язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому. Ця концепція активно розвивається у всьому світі в різних формах і проявах, але не набула ще достатнього поширення в Україні. Досвід зарубіжних країн є цінним лише в тому випадку, якщо намагатися його впровадити в українських компаніях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Колодко Г. Етика в бізнесі, економіці і політиці. *Вопросы экономики*. 2007;(11):44-54. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2007-11-44-54>.
2. Our GoGreen environmental protection program. URL: <https://www.dpdhl.com/en/sustainability/environment-and-solutions/gogreen-program.html>. (Дата звернення 05.01.2021).
3. Що таке корпоративно-соціальна відповідальність. Розповідаємо на прикладі успішних українських компаній. URL: <https://tsn.ua/groshi/scho-take-korporativno-socialna-vidpovidalnist-rozpovidayemo-na-prikladi-uspishnih-ukrayinskih-kompaniy-1267650.html>. (Дата звернення 05.01.2021).
4. Матеріали вільної енциклопедії. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ДТЕК>. (Дата звернення 05.01.2021).

Красножон Світлана

к. е. н., доцент,
доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана», Україна*

Піддубний Володимир

д.т.н., професор
професор кафедри технології і організації ресторанного господарства
*ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний
університет», Україна*

ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність набуває все більшого значення, оскільки рівень усвідомленості компаній, представлених на світовому ринку, зростає. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), за визначенням Міжнародного керівництва соціальної відповідальності, — це відповідальність підприємства за вплив його рішень та дій на суспільство і навколишнє середовище шляхом прозорої та етичної поведінки, яка: сприяє сталому розвитку, зокрема здоров'ю та добробуту суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки; інтегрована у діяльність організації та практикується у її відносинах з іншими [1].

Під час світової пандемії COVID-19 питання соціальної відповідальності підприємств загострилося і стало ще більш актуальним. Виклики для бізнесу, спричинені розповсюдженням коронавірусу, стимулювали компанії миттєво реагувати на ситуацію і впроваджувати нові КСВ-проекти задля підтримки громади.

Український бізнес активно включився в боротьбу з COVID-19, перераховуючи тисячі та мільйони гривень на допомогу медикам та лікарням, підтримку своїх працівників та соціально незахищених верств населення. Наприклад, спільно з ROZETKA та фондом Життєлюб, за підтримки міських адміністрацій, компанія запустила проект допомоги літнім людям, завдяки якому десятки тисяч пенсіонерів по всій Україні можуть залишатися вдома і не наражати себе на небезпеку, виходячи в магазин за продуктами [2].

Компанія Нова Пошта – лідер логістичного ринку, який надає клієнтам – як бізнесу, так і приватним особам повний спектр логістичних і пов'язаних з ними послуг також

приєдналася до боротьби з COVID-19. У березні в Полтавську інфекційну лікарню було доставлено апарати штучної вентиляції легень, мобільні рентгенографічні та УЗД-апарати, біохімічні автоматичні аналізатори, апарати для проведення мембранного плазмаферезу, діагностичні набори для біохімічного аналізатора, а також інше устаткування та медикаменти. У межах проекту профінансовано пошиття й доставку 2000 захисних костюмів для лікарів Чернівців, крім того, для потреб чернівецьких лікарів придбано й відправлено більше 4000 високих бахіл. На час карантину компанія розширила свій ключовий соціальний проект "Гуманітарна пошта" та розпочала безкоштовно доставляти засоби індивідуального захисту і все необхідне для боротьби з вірусом лікарням, дитячим будинкам, військовим і незахищеним верствам населення. Уже в березні до компанії Нова Пошта долучилися 19 нових учасників і розпочали гуманітарні відправки [2].

Популярна українська мережа автозаправних станцій KLO під час пандемії виділила 12500 літрів пального на заправку автомобілів медиків київських опорних лікарень. З квітня 2020 року силами мережі кафе "Борщ" KLO щодня готує гарячі обіди для сотні лікарів київської клінічної лікарні № 4. Було виділено пальне для Солом'янського соціального центру, який працює із групами ризику, волонтерської організації Motohelp, яка допомагає в разі ДТП і здійснює доставку донорської крові, а також для автомобілів швидкої допомоги Київської області [2].

Провідна українська телекомунікаційна компанія Kyivstar інвестувала 30 мільйонів гривень на реалізацію ініціатив, які спрямовано на підтримку українців у період карантину. Серед них – нарахування 150 гривень на бонусні рахунки медиків, безкоштовні дзвінки на номери державних гарячих ліній і нетарифікований доступ до офіційних інформаційних ресурсів, безкоштовні консультації лікарів у додатку "Доктор онлайн", спеціальні нарахування для абонентів, що перебували в роумінгу, допомога бізнес-клієнтам із упровадженням системи віддаленого офісу та пільгові пропозиції для них.

На час карантину в ефірах телеканалів 1+1 media щодня виходить декілька випусків ТСН, які дають можливість забезпечити багатомільйонну аудиторію інформацією щодо поширення пандемії в Україні та світі. Журналісти випустили низку спецпроектів "Карантин", "Карантинний патруль" та "Не один на карантині", у яких розповідають про правила самоізоляції, дають рекомендації як зберегти стосунки з родиною й організувати робочий і шкільний процес у власному домі. Також медіа-холдинг долучився до проекту "Всеукраїнська школа онлайн".

Компанія Deloitte Ukraine, що надає послуги в сфері консалтингу та аудиту, у напрямку КСВ зорієтувала свій фокус на створенні освітніх можливостей та залученні співробітників до волонтерських ініціатив. Під час карантину, залучення людей до

соціальних проєктів стало викликом, тому чимало ініціатив довелося тимчасово зупинити або актуалізувати формат. У компанії вирішили цю ситуацію шляхом популяризації інтелектуального волонтерства (pro bono), наприклад, співробітники проводять відкриті безкоштовні вебінари для бізнесу та лекції з розвитку різних навичок для неприбуткового сектору. Також в компанії особлива увага приділяється турботі про ментальне здоров'я працівників, особливо під час ситуації "нової реальності" та нестабільної ситуації на ринку [3].

Таким чином, у 2020 році допомога українській громаді в умовах пандемії стала одним з основних напрямків корпоративної соціальної відповідальності більшості компаній. Під час карантину підприємства вдалися до перерозподілу та скорочення бюджетів, що вплинуло на КСВ-проекти та їх діяльність в цілому, але у той же час це стало поштовхом для об'єднання компаній в боротьбі з коронавірусом та підтримкою медицини. У рамках КСВ український бізнес продовжує надавати як фінансову, так і матеріальну допомогу, підтримувати вразливі верстви населення, створювати корисний позитивний контент, надавати безкоштовні продукти і послуги та здійснювати ефективну співпрацю зі співробітниками та клієнтами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Саприкіна М. Бізнес і КСВ: як компанії впроваджують практики соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / Марина Саприкіна – Режим доступу до ресурсу: <https://delo.ua/opinions/biznes-i-ksv-jak-kompaniji-vprovadzhujut-praktik-372081/>.
2. Каталог дій компаній для боротьби з COVID-19 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://csr-ukraine.org/covid-19/>.
3. Северіна Є. Корпоративна соціальна відповідальність: і людям, і бізнесу [Електронний ресурс] / Єлизавета Северіна – Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/novyni/korporatyvna-sotsialna-vidpovidalnist-i-lyudyam-i-biznesu/>.

Кундеренко Даниїл

здобувач вищої освіти 4 року навчання
*Національний університет водного господарства
та природокористування (м. Рівне), Україна*

ПЕРЕВАГИ ПАРТИСИПАТОРНОГО (УЧАСНИЦЬКОГО) ПІДХОДУ ДО РОЗГОРТАННЯ ВЕБ САЙТІВ

Майже 20 років тому англomовний автор Е. Реймонд [2] у контексті протиставлення платного та безкоштовного програмного забезпечення запропонував типологію, в якій платне ПЗ порівнюється з «кафедральним собором», а безкоштовне з «базаром».

Таблиця 1

Типологія Е. Реймонда у трансляції на відкритий/закритий код

Кафедральний собор	Базар
Дуже дорогий у побудові та утриманні	Менша вартість побудови та утримання
Негнучий дизайн	Гнучкий дизайн
Розроблений для тривалого використання «як постачається»	Здатний задовільняти мінливі потреби минулого та прийдешнього
Централізоване планування: «Ми, як фахівці, знаємо як найкраще».	Якщо є навички, можна приймати участь
Повільне, тривале усунення недоробок	Якщо є потреба, можливі радикальні зміни.
Статична функціональність	Динамічна функціональність
Корпоративна (колективна) власність	Користувач є власником

(розроблено автором на основі ідей Е. Реймонда [2])

Зауважимо, що Е. Реймонд підкреслював співробітництво як провідну модель безкоштовного програмного забезпечення. Типологія Е. Реймонда значною мірою ґрунтується на теорії – Г. Паска [3], одного з основоположників кібернетики другого порядку, яка, окрім іншого, торкається того, як на індивідуальному рівні відбувається опанування новою інформацією. У скороченому викладі Г. Паск відстоює думку, що засвоєння нового завжди відбувається виключно у контексті «розмов» (або діалогів). Ці діалоги відбуваються як на колективному рівні, так й на індивідуальному. Перевагою відкритого коду Е. Реймонд вважав дух співробітництва, в якому виникають колективні «діалоги» (за Г. Паском). Маємо віддати належне та відзначити, що голос дослідника став майже пророчим, та наявність абсолютно конкурентних безкоштовних програм суттєво вплинуло на розробників платного програмного забезпечення.

Спробуємо здійснити трансляцію найкращих здобутків мовленнєвої теорії Г. Паска та типології Е. Реймонда на царину веб сайтів. Достатньо прикметною є трансформація ролі відвідувача веб сайту протягом останніх років. Ця роль змінилась від абсолютно пасивної участі до ролі спів автора контенту (оцінка, відгуки, блоги, тощо).

Таблиця 2

Зміни очікувань користувачів від веб сайту

	Застарілий підхід до веб сайтів	Оновлений підхід до веб сайтів
Роль відвідувача вебсайту	Тільки споживач	Спів-творець
Локус мовлення (траєкторія)	Офлайн, мовлення відбувається виключно у середині відвідувача веб сайту.	Сам у собі, а також на платформі (між користувачами, між користувачами та власниками сайту).
Джерело інформації	Розробник та адміністратор веб сайту	Інші користувачі
Застосування	Статичне, незмінне. Лише як «задумано» власником веб сайту.	Можна налаштовувати

** розроблено автором на основі особистих спостережень*

На самому початку існування веб сайтів, всі вони без винятку були не партисипаторні (тобто жодної участі користувача не було передбачено). Розробники самі створювали дизайн, продумували функціональну складову, займались наповненням. Відтак був чіткий розподіл на чотири окремих категорії: 1) користувач; 2) інформаційна служба; 3) застосунок або додаток; 4) інфраструктура [1].

Згодом більшість сайтів почали пропонувати «улюблений» набір кольорів або порядок відображення інформації. При цьому, роль користувача не змінювалась, інформаційна служба та сам застосунок лишались незмінними. Єдиною зміною була поява адаптивності інфраструктури. Проте такі сайти мали привабливість.

Наступним кроком зміни веб сайтів «запрошення» користувачу приймати участь у певному наповненні сайту – наприклад, виставляти оцінки статтям, деякі новинні сайти надавали можливість користувачу обирати, яку інформацію із запропонованої він мав бачити на екрані. При цьому, роль користувача не практично змінювалась, інформаційна служба та сам застосунок лишались умовно незмінними, проте інфраструктура сайтів набувала все більшої адаптивності. Звісно веб сайти, які пропонували це були популярними.

Поява соціальних мереж відкрила нову сторінку. По суті гнучка інфраструктура стерли межі між користувачами та власниками сайту. Інформаційна служба залежала виключно від користувачів, а поява мобільних приладів (та інших пристроїв з відмінною роздільною здатністю екранів) стерла й ці межі. Вважаємо, що менш жорстка інфраструктура Instagram на відміну Facebook підтверджує цю тенденцію.

Підкреслимо, що партисипаторний (учасницький) підхід досі важливий навіть за умов розгортання напів-традиційних сайтів провайдерів послуг, де лишається розмежування між користувачем та власниками сайтів, та можна чітко виокремити 1) користувача; 2) інформаційну службу; 3) застосунок або додаток; 4) інфраструктуру. Для таких сайтів важливо враховувати, що засвоєння інформації відбувається, коли є інструменти, які створюють «діалоги» (за Г. Паском), а зробити це найпростіше засобами безкоштовного програмного забезпечення (за Е. Реймондом). При цьому важливо, аби відвідувач мав бути спів-творцем наповнення. Наприклад, такі успішні комерційні проєкти як «Розетка», «Prom» традиційно розміщують «відгуки», які доволі часто стають критерієм вибору товару. «Tripadvisor» дозволяє напряму звернутися до автору відгуку про готель або ресторан та уточнити інформацію.

Разом з цим подальших досліджень заслуговує популярне явище як адаптивний дизайн, з одного боку ця функція має ознаки інфраструктурної гнучкості, проте достатньо часто на практиці це призводить до зміни у контенті, які визначені не вподобаннями користувача, а роздільною здатністю приладу доступу до Інтернету.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кундеренко Д. Зміни очікувань від сучасних веб сайтів з боку користувачів. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів і студентів «Інтелектуальні інформаційні системи», яка проходила в Міністерством освіти і науки України разом з Чорноморським національним університетом ім. Петра Могили (м. Миколаїв, 9-12 лютого 2021 року)*
2. Raymond E., *The Cathedral & the Bazaar: Musings on Linux and Open Source by an Accidental Revolutionary*, O'Reilly Media, 2001. 241p.
3. Scott B. Working with Gordon Pask (1967-1978). *Handbook of Conversation Design for Instructional Applications*, 2008. pp.19–34. URL: doi:10.4018/978-1-59904-597-9.ch002.

ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

З кожним роком запровадження практик корпоративної соціальної відповідальності у суспільному житті провідних країн світу постійно зростає. Це пов'язано з низкою економічних, політичних, екологічних та інших чинників, які в тій чи іншій мірі впливають на життєдіяльність людства. Кліматичні зміни, глобалізація економік, міграційні процеси, розшарування населення за рівнем доходів – це виклики, які підштовхують уряди країн до усвідомлення необхідності формування загальноприйнятих цінностей та правил поведінки.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу передбачає побудову власної діяльності не тільки на прибуткових зисках, а й на врахуванні інтересів та потреб всіх зацікавлених сторін: найманих працівників, інвесторів, споживачів, громад, держави. Тому, враховуючи надзвичайну суспільну та економічну користь, корпоративна соціальна відповідальність є одним з пріоритетних напрямів співпраці приватних компаній з державними органами влади та громадськими організаціями.

Досвід роботи провідних українських компаній свідчить, що більшість з них розуміє необхідність ведення бізнесу на засадах соціальної відповідальності, оскільки це демонструє їх свідоме бажання забезпечувати суспільну корисність власної діяльності.

Зокрема, компанія Київстар, лідер телекомунікаційного ринку України, вважає своєю місією змінювати життя людей на краще. Цей принцип закладено в основу стратегії корпоративної соціальної відповідальності, основними напрямками якої є: цифрова інклюзія, розвиток підприємництва, безпека в інтернеті, корпоративне волонтерство та партнерство заради миру. [1]

Ключовими проектами Київстар у сфері соціальної відповідальності є онлайн-школа мобільної грамотності для старшого покоління «Смартфон для батьків», інформаційно-просвітницький портал про безпеку для дітей в інтернеті StopСехтинг, програма SMS-благодійності «Дитяча надія», спільна ініціатива з Національною поліцією «Пошук Дітей» та програма «Інновації та підприємництва» в освітніх дитячих таборах «GoCamp». [1]

Відома українська компанія «Оболонь» серед пріоритетних напрямів соціальної відповідальності опікується розвитком дитячо-юнацьких спортивних шкіл, підтримує

Міжнародний конкурс знавців української мови, у якому щорічно беруть участь понад 5 млн. школярів, учнів профтехосвіти, студентів та представників української діаспори. Проводить різноманітні волонтерські та благодійні проекти, підтримує донорський рух. [2]

Цікавим, в контексті практик застосування КСВ, є проект компанії «Знову до роботи», метою якого є допомога у поверненні на роботу жінок та чоловіків після декретної відпустки по догляду за дитиною. Деякі з батьків та матерів, повертаючись до роботи, стикаються з низкою труднощів, а саме, втратою кваліфікації, відсутністю попереднього місця роботи, недостатньої кількості дитячих садків тощо. Унаслідок чого, співробітники із сімейними обов'язками отримують меншу платню, повільно просуваються кар'єрними сходами, мають гірший доступ до фінансових ресурсів і не можуть на повну реалізувати свій трудовий потенціал.

З метою допомоги молодим батькам, керівництво компанії, у співпраці з ВГО «Ліга соціальних працівників України», прийняло рішення долучитись до проекту «Знову до роботи: реінтеграція матерів і батьків до професійного життя після відпустки по догляду за дитиною», який проходить за підтримки Європейського Союзу. Ідея проекту полягала у створенні сприятливих умов для батьків та матерів, які повернулися до роботи після декретної відпустки, а також працівників, які мають дітей віком до 3 років. Проект передбачав розробку механізмів успішного повернення батьків на роботу, апробацію пропозицій та експериментальне впровадження на підприємствах, а також внесення відповідних змін до законодавства України. [2]

У ході реалізації проекту була сформована робоча група фахівців компанії, які проводили опитування молодих батьків, досліджували кращі методики адаптації працівників, які повертаються до роботи після тривалої перерви та розробляли пропозиції щодо покращення існуючих трудових практик в компанії. У результаті була розроблена дорожня карта пілотного впровадження Моделі реінтеграції батьків. [2]

Серед основних напрямів удосконалення роботи з працівниками, які потребують допомоги в адаптації, були запропоновані програми професійного навчання, наставництва, покращення режимів праці та відпочинку, проведення спортивно-оздоровчих і культурно-масових заходів для співробітників компанії та членів їх родин.

Отже, наведені приклади, показують, що політика соціальної відповідальності стає невід'ємною складовою діяльності успішних українських компаній. Поряд з цим, ще зарано, стверджувати, що керівництво більшості підприємств та організацій розуміє наскільки сьогодні важливо будувати власний бізнес на засадах КСВ. Але у будь-якому разі, ці процеси вже почались і набувають дедалі більшого поширення в Україні. Все більше організацій відходить від практики проведення «одноразових» соціальних акцій чи

благодійних проєктів, заради «піару» або до якоїсь «визначної дати», а починає розробляти довгострокові програми підтримки різних верств населення, окремих громад, регіонів розрахованих на тривалу перспективу.

У провідних та успішних країнах світу соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих організацій. Вітчизняні компанії мають долучатись до кращих світових практик, розробляти стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності та активно впроваджувати різноманітні соціальні проєкти та програми у власну щоденну діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціальна відповідальність. Київстар. Режим доступу: <https://kyivstar.ua/uk/about/responsibility>
2. Корпоративна відповідальність. Оболонь. Режим доступу: https://obolon.ua/ua/corporate-responsibility/successful_practices

Марчук Денис

студент I курсу факультету історії, права та публічного управління
*ДВНЗ «Вінницький державний педагогічний університет
імені М. Коцюбинського», Україна*

«ПРАВО БУТИ ЗАБУТИМ» ЯК СОЦІАЛЬНА ПОЗИЦІЯ

Постановка проблеми. Останні десятиліття характеризуються стрімким та невпинним розвитком інформаційних та комунікаційних технологій(далі ІКТ), безперервна інтеграція ІКТ в життя людини спричиняє зміни як в соціальному житті, так і в міжособистісних стосунках. Всюдисущі смартфони, онлайн платформи, форуми, чати, соціальні мережі змінюють соціальну свідомість людини, структуру системи та створюють світ, де ділитись особистою інформацією є трендом, але часом ці зміни призводять до стирання меж між приватним та публічним життям. Інформація стала не тільки доступною будь-якому користувачеві у будь-якій точці світу, але також і практично не піддається контролю. Розвиток ІКТ спричинив формування потужної цифрової бази даних, в якій особиста інформація, потрапивши в Мережу, залишається там назавжди що може призвести до використання застарілих та неактуальних даних проти свого автора. З цього моменту має почати діяти новий правовий регулятор покликаний забезпечити соціальний захист індивіда. "Право на забуття" і є таким регулятором.

Актуальність теми зумовлена тим, що в групу ризику потрапляють більшість Інтернет користувачів всіх вікових категорій, які активно висловлюють свої точки зору та позиції стосовно суперечливих тем. Викладена точка зору може бути упередженою, нецензурною, необдуманною та не політкоректною в наслідок цього: відео в ютубі, пост в інстаграмі або твіт в твітері набувають потенційно небезпечного характеру для особистої сфери, а інколи життя особи. Це стосується і будь-якої іншої особистої інформації, яка потрапила в мережу. З недавнього часу в групу ризику попадають публічні особи, для яких репутація є визначним фактором у кар'єрі. Найбільш негативний вплив здійснюється на таких представників вікових груп як підлітки, школярі, студенти. У наслідок психологічної незрілості, неусвідомленості вчинків та незнання правил поведінки з інформацією, з'являється можливість використання особистої інформації в цілях морального та психологічного тиску зі сторони, однолітків та дорослих. Такі дії можуть нанести непоправної шкоди для психологічного та морального здоров'я, а також довести жертву гноблення до самогубства.

Мета. Привернення уваги до нової концепції права, яке може надати правовий захист вразливим категоріям Інтернет користувачів, та запобігти неправомірному застосуванню мережевих даних, тим самим посилити соціальне становище та позицію особи.

Методами дослідження є аналіз, синтез, індукція, дедукція.

"Право на забуття" — право людини, що дозволяє їй вимагати за певних умов видалення своїх особових даних із загального доступу через пошукові системи, тобто посилянь на ті дані, які, на її думку, можуть завдати їй шкоди. Це стосується застарілих, недоречних, неповних, неточних або надлишкових даних чи інформації, законні підстави для зберігання якої зникли з плином часу. Індивіду надається право вимагати видалення своїх персональних даних та відмови від їх подальшого поширення, особливо тих даних, які були опубліковані, допоки він був неповнолітнім, або які більше не відповідають меті їх публікації. Активний розвиток концепції "права на забуття" набув в Європейському Союзі. У 2014 році Європейський суд розглядав справу іспанського громадянина Маріо Костехи Гонсалеса (Mario Costeja González) проти корпорації Google. Рішення у справі Костехи є визначним прецедентом та засобом протистояння необмеженій владі Google та інших пошукових систем чиї правила не є універсальними для всього світу. Саме в наслідок цієї справи в 2014 році Суд ЄС сформулював концепцію "права на забуття". Суд постановив, що за певних обставин можна вимагати від власників пошукової системи зробити недоступною за пошуковим запитом інформацію, яка містить персональні дані. До персональних даних відноситься інформація про особу, за якою можна її ідентифікувати (ім'я, ідентифікаційний номер, дані про місцезнаходження, характерні фізичні, фізіологічні,

генетичні, ментальні, матеріальні, культурні чи соціальні особливості). Особа може скористатись "правом на забуття" щодо недостовірної, недостатньої, неактуальної або надмірної для цілей використання персональної інформації. Метою та завданням "права на забуття" є оновлення та посилення законодавчої бази у сфері захисту онлайн-конфіденційності і підтримка розвитку хмарних технологій та електронної економіки. Проте пріоритетне завдання проекту-зашкодити протиправному використанню інформації та посилення соціальної позиції осіб, які знаходяться у зоні ризику та надати їм правової допомоги. Як зазначає Разметаєва Ю., «право вимоги прибрати посилання на певну неактуальну інформацію застосовується до корпорацій, комерційних пошуковиків, які збирають особисту інформацію для отримання прибутку, зважаючи на те, що фундаментальні права переважають економічний комерційний інтерес, а в окремих випадках – публічний інтерес щодо доступу до інформації». У цьому рішенні Суд ЄС зазначив, що навіть законна обробка інформації може, з плином часу, стати несумісною з європейським законодавством про захист даних. Дані про особу можуть стати недостатніми, такими що не мають значення чи такими, що більше не мають відношення до особистої ідентичності; їх розповсюдження може стати надмірним стосовно цілей, для яких вони були оброблені та в відповідності з часом, що минув. Звісно, якщо немає особливих причин (як то публічний статус особи чи її роль у суспільному житті), що виправдовують переважний інтерес суспільства щодо доступу до інформації[6, с. 222] З часу застосування "права на забуття" в ЄС, інші держави також почали широко обговорювати впровадження даної концепції. У деяких державах були прийняті відповідні нормативні акти (Росія, Аргентина, Індія), щоправда їхнє застосування на сьогодні не можна назвати ефективним. В Україні право на забуття не закріплене на законодавчому рівні. Закон України "Про захист персональних даних" передбачає право на захист персональних даних від незаконної обробки та випадкової втрати, знищення, пошкодження у зв'язку з умисним приховуванням, ненаданням чи несвоєчасним їх наданням, а також на захист від надання відомостей, що є недостовірними чи ганьблять честь, гідність та ділову репутацію фізичної особи. Запропоновані правила посилять права фізичних осіб та підвищать відповідальність контролерів за обробку персональних даних. Проте, право на забуття не є абсолютним, його завжди потрібно буде збалансовувати з іншими основними правами, такими як свобода вираження поглядів та засобів масової інформації.

Таким чином, в Україні назріла необхідність у розвитку законодавчого забезпечення захисту від неактуальної та недостовірної персональної інформації у мережі Інтернет. Законодавче закріплення "права на забуття" – це один із способів захистити право

на приватність, та виразити свою соціальну позицію та захистити свої права, як в віртуальному середовищі, та і в реальному житті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Право на забуття. Чи маємо ми право на "друге Інтернет-життя"?.
<https://blog.liga.net/user/ogromovyi/article/36859>
2. Castellano Pere Simón. The right to be forgotten under European Law: a Constitutional debate, 2012.
3. Європейці відстоюють право на забуття
<https://www.youtube.com/watch?v=SU4bb5N5Dew>
4. Право на забуття
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE_%D0%BD%D0%B0_%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D1%83%D1%82%D1%82%D1%8F
5. Google Spain SL Google Inc. V Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) Mario Costeja González Judgment of the Court (Grand Chamber) in Case C-131/12, 13 May 2014 [Electronic resource]. – Access mode: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=en&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=794833>
6. Разметаєва Ю. Залиште мене у спокої або право бути забутим / Ю. Разметаєва // Права людини: філософські, теоретико-юридичні та політологічні виміри: Статті учасників I Міжнародного круглого столу (м. Львів, 28-29 жовтня 2016 року). – Львів: Видавництво ЛОБФ «Медицина і право», 2017. – С. 221-234.

Параскун Ірина

аспірантка II курсу, факультету української філології
Криворізький державний педагогічний університет, Україна

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ФОРМУВАННІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ТА СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

У сучасному суспільстві, яке зазнає постійних змін, значно посилюється роль засобів масової комунікації, адже постає необхідність точно та об'єктивно оцінювати суспільні явища та події громадянами. Завдяки інструментам комунікації, різні факти, політичні події, а також соціальна реальність відображається у вигідному для авторів повідомлення світлі, тим самим, нав'язуючи загалу потрібне розуміння і дії, що з них випливають. Чим більше мета буде прихована від реципієнтів, тим сильнішим буде вплив. Засоби масової комунікації суттєво впливають на суспільство, а також на його стан та масову свідомість. Це своєрідний медіатор між тими, хто здійснює управлінські процеси, і тими, хто є об'єктом управління. Засоби масової комунікації можуть швидко формувати та змінювати громадську думку, завдяки чому це є неоціненний скарб в руках сильних світу цього.

Сучасне суспільне життя, яке функціонує у різних сферах, а саме: політичній, духовній, економічній, потребує опосередкованих форм спілкування, а також відповідних засобів комунікації, як і між різними носіями влади, державою та громадянами, так і між суб'єктами різних сфер.

В демократичному суспільстві, державна влада поділяється на три гілки: законодавчу, виконавчу та судову, що безумовно є правильним. Проте в сучасних умовах глобальної інформатизації, запровадження нових інформаційних технологій, таких як: телебачення, комп'ютерних мереж, аудіо- та відеосистем, досить актуальними стають розмови про ще одну гілку влади – інформаційну.

Суть інформаційної влади полягає в здатності власників інформації шляхом отримання, селекції, тлумачення, компонування та поширення інформації, здійснювати вплив на формування суспільної свідомості, спонукаючи суб'єктів політики, економіки, а також культури діяти в заданому напрямі.

Реалізація інформаційної влади може здійснюватися завдяки спеціальним засобам передавання інформації, в результаті чого, забезпечується єдність волі, цілісність, і цілеспрямованість дій великої кількості людей [3, с. 18].

Окреслені засоби і є власне засобами масової комунікації. Засоби масової комунікації є спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію.

В історії становлення та функціонування засобів масової комунікації виділяють такі концепції діяльності:

1. Авторитарна концепція. Дана концепція була сформована у XVI-XVII ст. і згідно визначеної концепції основним покликанням преси була підтримка і сприяння політики уряду та служіння державі.

2. «Правдива концепція». Зародження даної концепції припадає на кінець XVII ст. і ґрунтувалася вона на свободі волі і відповідно до якої, основними цілями преси було інформування, продаж, сприяння дозвіллю та контроль за діями уряду.

3. Тоталітарна концепція. Виникнення даної концепції припадає на кінець XIX ст., зміни у якій відбулись у першій половині XX ст., відповідно до якої передбачалась необхідність ведення ідеологічної боротьби з класовим ворогом.

4. Концепція соціальної відповідальності преси, яка утвердилась в середині XX ст. Основними цілями засобів масової комунікації визначеної концепції, було інформування, продаж, сприяння дозвіллю та переведення конфліктів у план дискусії [2, с. 35].

Засоби масової комунікації мають як позитивний, так і негативний вплив. Порівнюючи «традиційні» засоби масової комунікації (телебачення, радіо та пресу) з мережевими засобами масової комунікації, можемо зробити висновок, що завдяки останнім, є можливість брати участь у групових дискусіях. Індивіду не потрібно знаходитися один на один з телебаченням, адже інформацію можна змінювати, спростовувати, редагувати, а також дізнаватись думки інших індивідів. Проте така свобода є простором для маніпуляцій думкою або імітацією існування певних думок.

В сучасних умовах, досить часто засоби масової комунікації використовують маніпулятивні способи впливу на людську свідомість. В результаті цього створюється ілюзія свободи вибору, хоча свобода самоідентифікації особистості насправді обмежується. З цією метою застосовуються технології прихованого тиску на емоційні складові масової свідомості.

Досить тісно пов'язана масова комунікація з суспільним буттям та суспільною свідомістю, адже вона пронизує такі сфери суспільної свідомості, як: ідеологія, суспільна психологія і наука, визначаючи такі її форми, як: правові, політичні, естетичні, етичні, релігійні та інші. Завдяки засобам масової комунікації завойовують розум та почуття людей. Аналізуючи взаємодію масової комунікації з масовою свідомістю можемо побачити, що з одного боку масова свідомість відображається в процесах комунікації, а з іншого ж боку на неї постійно впливають засоби масової комунікації, та в значній мірі формують її. Отже, засоби масової комунікації дають суспільній свідомості можливість відображати світ і творити його [4, с. 97–98].

Окрім того, завдяки засобам масової комунікації громадську думку просувають далі – на шляху до змін соціальних стереотипів. Попри песимістичний фон, визначений шлях проходить досить швидкими темпами. Завдяки перевероту у суспільній свідомості, діти формують власне бачення, і не хочуть повторювати помилки батьків, не сприймаючи традиційні установки, які були популярні раніше серед старшого покоління. Зміни в суспільній свідомості, в інформаційному суспільстві є заслугою засобів масової комунікації, які популяризують і доносять до масової аудиторії нові знання [1, с. 219–220].

Попри те, що засоби масової комунікації значно впливають як на індивідуальну, так і масову свідомість, кожний індивід несе відповідальність за свій вибір.

Висновок. Таким чином, засоби масової комунікації виступають формуючим чинником в процесі самоідентифікації особистості, ототожнюючи поняття культура та інформація. У сучасному суспільстві відбувається індивідуалізація кожної людини, яка супроводжується переосмисленням моральних принципів. Стрімкі зміни та шалені темпи життя вимагають від особистості більших зусиль для доказу власної значущості, причому

не стільки іншим, скільки собі. Зміни в суспільній свідомості та в інформаційному суспільстві є наслідком дії факторів впливу засобів масової комунікації, які популяризують і доносять до масової аудиторії нові знання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Зайко Л. Я. Суспільна свідомість як об'єкт маніпулювання засобами масової інформації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. Серія: філософські науки/гол. ред. В. С. Пазенок. Київ: КУТЕП, 2015. Випуск 21. С. 219–220.
2. Іванов В. Ф. Засоби масової комунікації та їх зміст: теоретичний аспект проблеми. *Вісн. Київ. ун-ту*. Сер.: Журналістика, 1997. С. 35.
3. Костирев А. Г. Суспільно-політичні функції засобів масової інформації в демократичному суспільстві. *Вісник Київського Національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Філософія. Політологія. 2002. С. 18.
4. Панченко О. А. Роль засобів масової інформації в системі державного управління інформаційною безпекою. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2020. С. 97–98.

Паскевич Орина

студентка III курсу історичного факультету
Маріупольський державний університет, Україна

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ - НОВИЙ ІМПУЛЬС ДЛЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ ТА СУСПІЛЬСТВА УКРАЇНИ

В Україні інститут корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) зараз перебуває на етапі становлення. Однак саме соціальне інвестування сприяє формуванню нових конкурентних переваг, зростанню рівня ділової репутації та капіталізації компаній.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності вітчизняним компаніям слід розпочинати із вибору найбільш перспективних форм соціального інвестування, які знаходяться в руслі довгострокового інтересу компанії. Тобто, КСВ буде інтегрована не лише у систему управління компанією, але й у загальну корпоративну бізнес-стратегію, включаючи соціальні, економічні та екологічні цілі. При цьому КСВ не слід ототожнювати лише з благодійністю [2]. Навпаки, вона передбачає прояв випереджаючих соціальних ініціатив компанії, які проявляються у формуванні дієвого партнерства із заінтересованими особами (персонал, споживачі, власники, територіальні громади, представники держави тощо). Тобто, корпоративна соціальна відповідальність проявляється у впливі управлінських рішень та результатів діяльності компанії (продукти, послуги) на суспільство і навколишнє середовище [1].

У розвинутих зарубіжних корпораціях форми КСВ в останні роки значно трансформувалися і проявляються у використанні цільового капіталу та різних форм

приватно-державного партнерства, що дозволяє реалізовувати широкомасштабні національні та регіональні інвестиційні проекти, забезпечувати розвиток персоналу, ефективно взаємодіяти із споживачами і навколишнім середовищем. Держава вправі регулювати даний процес за рахунок оподаткування та соціального діалогу з бізнесом.

Саме концепція КСВ сприяє формуванню у розвинутих країнах так званої «зеленої економіки», яка характеризується ефективною системою охорони навколишнього природного середовища, скороченням об'ємів викидів вуглецю, застосуванням безпечних технологій, енергозбереженням та створенням нових робочих місць. Не можна відкидати той факт, що Україна робить відповідні кроки в дотриманні компаніями глобальних стандартів та принципів корпоративного громадянства. Адже за останні п'ять років більше 165 вітчизняних компаній та організацій приєдналися до Глобальної мережі ООН та розпочали реалізовувати програми соціального інвестування. Значна кількість учасників мережі входить у склад УСПП. Це говорить про те, що соціальна відповідальність підприємств викликає зростаючий інтерес учасників самоврядних організацій, органів влади, партнерів бізнесу та громадськості [4].

Для того, щоб розробити ефективну бізнес-стратегію з урахуванням соціальної відповідальності, керівництву компанії необхідно конкретизувати перелік соціальних та екологічних проблем, які відчуває їх бізнес. Слід визначити коло зацікавлених осіб, у тому числі партнерів, які можуть підтримати соціальні ініціативи компанії на будь-якому етапі. На основі соціального діалогу можливо виявити не лише перспективних учасників реалізації соціальних програм, але й невідомі раніше джерела додаткових ресурсів. Документально оформлені пропозиції соціальних ініціатив допоможуть розкрити нові перспективи у розвитку бізнесу [2].

Не слід забувати про постійний моніторинг, оцінювання рівня КСВ та звітування вашої компанії. Останнє виступає ефективним засобом комунікації із суспільством, є передумовою виходу на міжнародні ринки капіталу, сприяє розвитку персоналу та просуванню товарів і послуг.

Інтерес до розвитку інституту КСВ за останні три роки активно зростає. Компанії розбудовують системи корпоративного управління з елементами відповідальності, у Державний класифікатор професій включено нові посади, наприклад: менеджер із соціальної відповідальності, соціальний аудитор та експерт із соціальної відповідальності. На вимогу часу, в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка започатковано і два роки поспіль викладається новий курс «Соціальна відповідальність бізнесу». Особливого імпульсу у розбудові інституту КСВ в Україні також надають положення, які опрацьовані на спільному круглому столі економічного факультету

Київського національного університету та УСПП, який відбувся 9 грудня цього року. Отже, в Україні необхідно започатковувати нові ініціативи та розвивати платформу для впровадження корпоративної соціальної відповідальності [3].

Корпоративна соціальна відповідальність в Україні поряд з приватною власністю, правовими гарантіями, дієвою системою управління, самоврядними та ринковими інститутами може стати базою для формування соціально орієнтованої ринкової економіки. Але ринкова економіка не породжує добробуту автоматично, а лише може сприяти розвитку. Для розбудови КСВ на всіх рівнях економіки країни необхідно формувати нові ефективні механізми.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Курбатова, М. В. Соціальна відповідальність російського бізнесу /М.В.Курбатова, С. Левін // ЕКО. 2005 . №10. С.13.
2. Данилова,Є. КСВ як благодійність - це минуле. Аналітика / >Е.Данилова // ЗАТПАКК. 2008. №9. С.18.
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н. / Пер. з англ. К.: Стандарт, 2005. 302 с.
4. Бадюкіна,Е.А. Формування корпоративної соціальної відповідальності держави і зростання ринкової капіталізації компаній /Е.А.Бадюкіна,Н.В.Кучерина // Вісник Науково-дослідного центру корпоративного права, управління і венчурного інвестування Сиктивкарського державного університету. 2007. № 13. С.22.

Пересунько Тетяна

Сердюк Яна

студентки II курсу факультету соціології

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Україна

СПЕЦИФІКА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СОЦІАЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ВИМІР

Соціальне підприємництво – відносно нове явище, яке породжує багато підстав для дискусії, адже не вписується у сталі стереотипи сприйняття бізнесу як сфери, що орієнтується лише на прибутковість. Воно стало певною реакцією на обмеженість ресурсів, неефективність традиційних способів вирішення нагальних соціальних проблем (бідність, гендерна нерівність тощо); намагання урядів деяких країн комерціалізувати сектор соціальних послуг, трансформації громадянського суспільства тощо [1]. На нашу думку, така діяльність формує особливий ресурс для збагачення соціологічного знання у контексті практик людської взаємодії, соціальних відносин і досягнення соціального ефекту. Саме

завдяки цим складовим-індикаторам соціального підприємства ми і можемо говорити про перетин підприємницької діяльності з соціальними технологіями.

Сам термін “соціальне підприємство” не означає благодійність, не дивлячись на те, що до суто “соціальних” часто відносять громадські, благодійні організації або фонди. У першу чергу, таке підприємство – бізнес: для подальшого існування і розвитку рентабельними мають бути як прибуткові, так і неприбуткові організації [2]. Маючи грошовий ресурс і чітко визначені цілі, соціальне підприємство працює задля прямого цілеспрямованого результату – соціального ефекту, а прибуток реінвестує в масштабування/спрямовує на соціальні цілі. Виходячи з такої моделі, “соціальне підприємництво” – це поєднання соціальної місії та комерційного підходу.

Ще одним критерієм, що вказує на соціальне підприємство, є демократичне управління, за допомогою якого можливо поставити адекватні соціальні цілі, визначити соціальний ефект, узгодити розподіл прибутку. Досягнення конкретної мети певного соціального підприємства передбачає виконання низки різноманітних завдань, що є значущими для суспільства, громади і т. д. Соціальні технології, у контексті нашої тематики, можуть слугувати безпосередньо тим науковим інструментом демократичного управління, збору інформації, оцінювання, контролю, планування, організації процесу виробництва й досягнення сталого соціального ефекту.

Соціально-технологічна діяльність включає в себе сукупність методів і способів цілеспрямованої дії на соціальні процеси і системи для досягнення поставлених цілей [3, с. 211]. Застосування соціальних технологій на підприємстві цінне тому, що навіть за допомогою обмежених соціальних та економічних ресурсів певна діяльність може призводити до бажаних результатів, а керівництво такого підприємства має можливість обирати найбільш раціональну структуру із оптимальними способами упорядкування, нормалізації, збереження або перетворення соціальних об’єктів у необхідних параметрах [4, с. 137].

Говорячи про оцінювання діяльності соціального підприємства, окремої уваги заслуговують практики моніторингу та оцінювання (МіО). Властиві їм функції соціальних технологій перетворюють МіО на прикладний інструмент, за допомогою якого можна вимірювати ефективність, адекватність, актуальність проектів соціального підприємства. Для прикладу можемо розглянути кейс: проект “Нова оселя: інтеграція та психосоціальна підтримка дітей з числа внутрішньо переміщених осіб у місцевих громадах Києва та Одеської області” МГО “Соціальні ініціативи з охорони праці та здоров’я” [5]. Звернімо увагу на інструментарій, який було використано для проведення дослідження потенціалу провайдерів соціальних послуг для дітей з числа внутрішньо переміщених осіб (ВБО) для

їх інтеграції та розвитку у громадах. Як і передбачається практиками МіО, було розроблено критерії успішності проекту, підбрана відповідна методологія (кабінетне дослідження та польове дослідження). Обрані методи дозволили зібрати, систематизувати, проаналізувати і перевірити максимально повну інформацію щодо теми дослідження. Отже, можна зробити висновок про те, що основну роль в специфіці оцінювання даного проекту мало використання практик МіО як особливої соціальної технології, що і призвело до бажаного результату та значимого соціального ефекту.

Наступний кейс – досвід, отриманий дослідницькою групою під час проведення МіО соціальних проєктів. Протягом квітня-листопада 2020 року громадською організацією “Центр соціального аудиту” в рамках грантової програми “Жити на рівних” від благодійної організації “Фонд родини Нечитайло” було здійснено дослідження соціальної ефективності проєктів від організацій, що беруть участь у програмі [6]. Один з проєктів, який зміг розпочати свою діяльність із дотриманням епідеміологічних вимог – впровадження послуги “Тимчасовий відпочинок для батьків” громадською організацією Асоціація захисту прав та допомоги людям з інвалідністю “Відкриті серця”. Було проведено дослідження – вхідне оцінювання реалізації проєкту через онлайн-анкетування бенефіціарів послуги. Дослідницькою групою було розроблено шкалу оцінювання, індивідуальні показники успішності проєкту, а за результатами – виведено загальну оцінку діяльності організації й надано рекомендації щодо покращення якості надання послуги. Поєднання соціальних технологій з підприємницькою діяльністю – інструмент позитивних соціальних змін та трансформацій.

Отже, підсумовуючи вище описаний досвід, можемо зробити висновок: соціально-технологічна діяльність посідає значне місце в оцінюванні соціальних підприємств, причому є не тільки маркером успішності або неуспішності роботи такого підприємства, а й напрямком, який можна більш глибоко досліджувати в царині соціологічної науки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галушка З. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні [Електронний ресурс] / З. Галушка // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/148_4.pdf.
2. Назарук В. Про критерії соціального підприємства / В. Назарук [Електронний ресурс]. – <http://gurt.org.ua/blogs>
3. Социальные технологии: Толковый словарь / отв. ред. В. Иванов. – М.; Белгород: Луч-Центр, 1995. – 309 с
4. Поппер К. Р. Открытое общество и его враги / К. Р. Поппер; пер. с англ. под ред. В. Н. Садовского. – Т. 2: Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы. – М.: Феникс, Междунар. фонд «Культурная инициатива», 1992. – 528 с.
5. Звіт за результатами дослідження потенціалу провайдерів соціальних послуг для дітей з числа внутрішньо переміщених осіб для їх інтеграції та розвитку у громадах

[Електронний ресурс] / [І. І. Єленєва, Л. І. Козуб, М. Савва та ін.] // LHSI Соціальні ініціативи з охорони праці та здоров'я. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.lhsi.org.ua/images/2016/research_IDP_ukr.pdf.

6. Грантова програма «Жити на рівних» для соціальних підприємців та соціальних ініціатив в інтересах людей з інвалідністю та їх близького кола // ВГО "Національна Асамблея людей з інвалідністю України": [Електронний ресурс]. URL: <https://naiu.org.ua/grantova-programa-zhyty-na-rivnyh-dlya-sotsialnyh-pidpryyemtsiv-ta-sotsialnyh-initsiatyv-v-interesah-lyudej-z-invalidnistyu-ta-yih-blyzkogo-kola/>

Plotnikova Olena

senior lecturer,
*State University «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine*

Tkachenko Valeria

2-year student,
*State University «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine*

MEDIA EDUCATION AS A PROTECTION TOOL AGAINST THE MEDIA HARMFUL EFFECT ON SOCIETY

The human is a social being who constantly lives in the process of interacting with their peers. The basis of such interaction is communication. It is considered an important part of our lives. For a modern man, one of the main sources of information is mass media [1] as they are constantly supplying people with a large flow of news. Besides, everyone has many tools to search information and channels to spread it which opens up new opportunities that an individual may use to improve their life.

However, mass media have an arsenal of mechanisms to influence people and even have a destructive effect. Due to it, mass media obtain the behaviour they need from the audience, they lay down certain views and program actions [2]. In this way, they intervene with consciousness and affect both a person's emotional and physical state. The way out of this situation may obtain the basics of media education. It appears as a tool for learning about the information space through critical analysis of media content.

Therefore, the study of media influence is an important contribution as in today's world people absorb a lot of information without thinking that it can affect them negatively. The **purpose** of the article is to explore how mass media affect people, their consciousness and behaviour. We

performed the analysis of the positive and, especially, negative media effects in order to determine how media education can reduce the destructive media influence.

The media cover a wide audience of people from different categories of life. That is why they cover current issues in order to keep public attention. It allows them to understand what is happening in the world. Also, the media are able to act as a source of knowledge and means of individual comprehensive development [1]. At the same time, consumers of information can learn about quite contradictory facts [3, p.1]. When trying to analyse the information they obtained, a person has doubts about the truthfulness of the facts. Accordingly, the level of trust to the source may decrease.

Being an important issue, a sociological company InMind conducted a survey in 2019. Its main goal was to determine the level of trust to the media. According to the data, Ukrainians had lost confidence in them. The main reasons for mistrust are unreliability of information, as well as scepticism about official reports, lack of references to reliable sources, increased duplication of information and many more [4].

Although the media are an integral part of civil society, there is a contradictory influence of the media in modern conditions. In addition to their positive effect, they can also affect people. For example, we can consider degradation of classical culture and standardization of individual consciousness. In other words, the state of modern society is getting worse, because most people begin to think primitively, alienating themselves from creative activity [5, p.1]. Moreover, the culture imposed by the media can be directed against human spiritual values. Unfortunately, we cannot ignore the fact that mass media have a negative impact on the younger generation, which is most susceptible to value changes [6, p.2]. Mass media can become an obstacle in education and upbringing, as well as they can stimulate aggression in adolescents. This is confirmed by the hypothesis of imitation: violence on the screen contributes to its manifestation in life [7, p.146]. It is difficult to accept the fact that the negative impact of the media can threaten the well-being of an individual. According to the research, it has been found that mass media can cause more stress than relieve it. Many people may experience anxiety, which in turn leads to problems with the quality of sleeping and concentration [8].

Decrease in the general level of media production causes the need for educational technologies in the field of mass media [9, p.5]. In these conditions, media education is the only way to equip a person with self-protection from unscrupulous information. Considering the term of media education, we see that it is defined as knowledge and skills that are useful in analysing, evaluating, interpreting ideas and values in media messages [10, p.128].

Based on the critical thinking theory, the purpose of media education is to orient the individual in the media environment and mitigate manipulative influence. It is believed that society

has a surplus of information. Therefore, it needs a guideline and understanding how the mechanisms of media influence are constructed [9, p.9].

Thus, according to the scientific study, teaching this discipline should provide people with mastering skills of media decoding, in other words, properly understanding the content of media messages and their structure [10, p.276-277].

In conclusion, this study confirms that raising the level of media education in modern realities is a vital issue because this knowledge can help society to fully analyse media messages and identify their possible manipulative effects. We suggest mastering media education skills to help our society become more aware and prudent.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Роль засобів масової інформації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.coe.int/uk/web/compass/media>.
2. Маніпулятивний вплив ЗМІ [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/25420/>.
3. Турчак А. Л. Засоби масової інформації як особливий чинник впливу на формування здорового способу життя молоді : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук / Турчак А. Л. – Кіровоград. – 3 с. – Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/pdf/84826447.pdf>
4. Дослідження соц. комп. InMind, на замовлення міжнар. орг. Internews, за фін. підтримки Агентства США з міжнар. розвитку (USAID) – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/infospace/article/171769/2019-10-22-stavlennya-naselennya-do-zmi-ta-spozhyvannya-riznykh-tyriv-media-u-2019-r/>
5. Негативний вплив ЗМІ на свідомість українців [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.svalyava-vlada.gov.ua/filelib/sou/151215%20%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82.pdf>.
6. Самко Я. Негативний вплив інтернет-комунікацій на дітей та підлітків [Електронний ресурс] / Я. Самко – Режим доступу до ресурсу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/49218/2/2018_Samko_Ia-Nehatyvnyi_vplyv_internet_169-175.pdf.
7. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник [Електронний ресурс] / [О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін.] // Міленіум. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <https://drive.google.com/file/d/0B0VbC0WlJ54oZWVWb2ZZakg2MDA/view?pref=2&pli=1>.
8. Браун Д. Соціальні медіа погані для вас? Докази та невідоме [Електронний ресурс] / Джессіка Браун. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/future/article/20180104-is-social-media-bad-for-you-the-evidence-and-the-unknowns>.
9. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошніченко Ю. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58 с. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf>.
10. Осюхіна М. О. Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду) : дис. канд. соц. наук : 27.00.01 / Осюхіна М. О. – Дніпро, 2018. – 319 с. – Режим доступу до ресурсу: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/dissertation_5b9e2dfa48400.pdf.

Поляк Наталя

провідний науковий співробітник
*Науково-дослідний інститут праці і зайнятості населення
Міністерства соціальної політики України і НАН України, Україна*

КЛЮЧОВІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ ТА ПІДВИЩЕННЯ ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ АНАЛІЗУ АКТУАЛЬНИХ МІЖНАРОДНИХ ДОКУМЕНТІВ

До актуальних міжнародних документів, які регламентують питання подолання бідності, зменшення нерівності та зростання рівня життя населення слід віднести: Цілі сталого розвитку, Стратегію «Європа-2020: Стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання», Європейську соціальну хартію та Європейську соціальну хартію (переглянуту), Європейський кодекс соціального забезпечення, основоположні Конвенції та Рекомендації МОП, а також загальновизнані міжнародні програми та доповіді Світового Банку, Організації Об'єднаних Націй (ООН) та ін.

Так, Цілями сталого розвитку [1] увалено 17 глобальних цілей на період до 2030 року, які спрямовані на досягнення трьох важливих результатів: покінчити з крайньою бідністю, побороти нерівність та несправедливість, зайнятися викликами зміни клімату. Україна, як країна член ООН, приєдналася до глобального процесу забезпечення сталого розвитку. Серед цілей, які спрямовані на зниження бідності та підвищення добробуту населення, слід виділити: Ціль 1. Подолання бідності у всіх її формах та усюди; Ціль 2. Подолання голоду, досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування і сприяння сталому розвитку сільського господарства; Ціль 3. Забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх в будь-якому віці; Ціль 4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх; Ціль 5. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток; Ціль 8. Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх; Ціль 10. Скорочення нерівності всередині країн і між ними.

Визначені цілі та їх завдання можна вважати орієнтирами для держав у побудові національних стратегій щодо подолання бідності та зростання рівня життя населення. Наприклад, для України за Ціллю 1 «Подолання бідності у всіх її формах та усюди» національними завданнями визначено: 1.1. Скоротити в 4 рази рівень бідності, зокрема шляхом ліквідації її крайніх форм; 1.2. Збільшити охоплення бідного населення адресними

програмами соціальної підтримки; 1.3. Підвищити життєстійкість соціально вразливих верств населення. Проте, як засвідчує аналіз показників бідності та реальне оцінювання рівня життя вразливих верств населення, поки що суттєвого покращення з 2015 р. не спостерігається і наразі готується проект нової Стратегії подолання бідності на 2021-2025 рр.

Боротьба з бідністю є однією з ключових цілей стратегії «Європа-2020: Стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання» [3] (далі - стратегія «Європа-2020»). Встановивши мету бідності, Європейський Союз поставив соціальні проблеми нарівні з економічними цілями. Проте, усі цілі стратегії взаємопов'язані, наприклад, кращий рівень освіти допомагає працевлаштуванню, а прогрес у збільшенні рівня зайнятості сприяє зменшенню бідності. Загалом, сучасна оцінка бідності, відповідно до стратегії «Європа-2020», відбувається за трьома критеріями: грошова бідність; обмеження через нестачу ресурсів (матеріальні нестатки); низька інтенсивність праці (зайнятості) в домогосподарствах.

Оцінюючи ключові сили та рекомендації Цілей сталого розвитку (на період до 2030 року) та стратегії «Європа-2020» щодо зменшення бідності, соціального виключення та підвищення добробуту, слід зауважити, що вирішення цієї проблеми має обов'язково враховувати такі стратегічні пріоритети, як забезпечення здорового способу життя, кращих можливостей для працевлаштування та освіти, забезпечення гендерної рівності та скорочення нерівності, які також повинні успішно реалізовуватися на національному рівні.

З метою подолання бідності та зростання добробуту населення сучасні країни мають також орієнтуватися на систему соціальних стандартів, які визначені Європейською соціальною хартією, Європейським кодексом соціального забезпечення, а також основоположними Конвенціями та Рекомендаціями МОП.

Так, у Європейській соціальній хартії [2] визначено, що кожна людина має право на захист від бідності та соціального відчуження. Україна ратифікувала Європейську соціальну хартію (переглянуту) 14 вересня 2006 року, приєднавшись до 74 пунктів окремих статей Хартії. Однак не ратифікованими залишились 24 пункти Хартії, серед яких: пункт 3 статті 2 «Право на справедливі умови праці», пункт 1 статті 4 «Право на справедливу винагороду», пункти 1-4 статті 12 «Право на соціальне забезпечення», пункти 1-4 статті 13 «Право на соціальну та медичну допомогу», пункти 1-12 статті 19 «Право трудящих-мігрантів і членів їхніх сімей на захист і допомогу», стаття 25 «Право працівників на захист їхніх прав у разі банкрутства їхнього роботодавця», пункт 3 статті 31 «Право на житло». На нашу думку, саме ці положення потребують додаткової уваги та врахування у майбутніх

стратегічних заходах нашої держави щодо запобігання бідності та підвищення добробуту населення, що також сприятиме наближенню національних норм до європейських.

До конвенцій та рекомендацій МОП у сфері встановлення стандартів соціального забезпечення відносяться: Рекомендація МОП № 67 про забезпечення доходу, 1944 р.; Конвенція МОП №117 про основні цілі та норми соціальної політики, 1962 р. (ратифікована Україною 16.09.2015 р.); Конвенція МОП №102 про мінімальні норми соціального забезпечення, 1952 р. (ратифікована Україною 16.03.2016 р.); Рекомендація МОП № 202 про мінімальні рівні соціального захисту, 2012 р. У сукупності вищезазначені конвенції та рекомендації МОП являють собою унікальну та корисну рекомендаційну систему для розробки та впорядкування національних систем соціального забезпечення та зростання добробуту населення.

Також сучасними орієнтирами щодо подолання бідності для зростаючого світу стали рекомендації Світового банку, які розглянуті у останніх доповідях [4-6], серед них:

- використання двох вищих порогів (меж) бідності в країнах із рівнем доходів нижчим від середнього, зокрема: 3,20 дол. США і 5,50 дол. США на день, які доповнять, міжнародну межу бідності 1,90 дол. США;

- введення поняття і показника «соціальна межа бідності», в основу якого покладено рівень споживання або доходу, характерний для кожної країни, вимірює добробут людини за стандартами, прийнятими в його оточенні;

- використання нового показника багатоаспектної бідності для вимірювання бідності, який дозволяє враховувати різні фактори, поєднуючи показники доходу і споживання з показниками доступу до освіти, медичного обслуговування і базових інфраструктурних послуг;

- вивчення розподілу ресурсів всередині сімей між усіма її членами і вимірювання рівня бідності окремої людини.

Разом з тим Світовий банк зазначає, що вирішальне значення для викорінення крайньої бідності і побудови більш соціально згуртованого суспільства мають інвестиції в людей у вигляді поліпшення харчування, якісної охорони здоров'я, освіти, соціального захисту, зайнятості та професійного навчання, що також сприяє розвитку людського капіталу, одного з ключових чинників економічного зростання.

Отже, головним питанням у сучасному світі для боротьби з бідністю та забезпечення добробуту населення є усунення нерівності, що є за рамками рівня доходів і середніх економічних показників. Бідність, пов'язана з рівнем доходу, є лише однією з форм бідності. Тож, оцінювання нерівності у XXI столітті включає не тільки економічну

складову, але й також соціальну і політичну (зокрема, передбачає врахування дискримінаційних соціальних норм, політичних прав і можливостей).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Цілі сталого розвитку. *United Nations in Ukraine*. 2015. URL: <http://sdg.org.ua/ua/pro-hlobalni-tsili/no-poverty>
2. Європейська соціальна хартія (коротка презентація). *Рада Європи*. URL: <https://www.coe.int/uk/web/compass/european-social-charter>
3. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. *European commission*. Brussels, 03.03.2010. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
4. Poverty and Shared Prosperity 2016: Taking on Inequality. *Worldbank*. 2016. URL: <https://elibrary.worldbank.org/doi/10.1596/978-1-4648-0958-3>
5. Poverty and Shared Prosperity 2018: Piecing Together the Poverty Puzzle. *World Bank*. 2018. – URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30418/211330ov.pdf>
6. The World Bank Annual Report 2019: Ending Poverty, Investing in Opportunity. *World Bank*. 2019. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32333>

Серга Тетяна

к.соц.н., доцент,
доцент кафедри соціальної роботи та психології
Національного університету «Запорізька політехніка», Україна

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЖИТТІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Соціальна практика показує, що інформація займає центральне місце в житті сучасного суспільства, яке вона не займала ні в традиційному світі, ні в модернізованому. Динаміка зростання ваги інформації полягає в тому, що її обсяг подвоюється кожні 20 місяців у порівнянні з 50 роками в епоху Карла Маркса [1]. Зараз суспільство вимагає активації всіх інформаційних процесів за допомогою широкого використання засобів масової інформації. Завдяки збільшенню та розширенню можливостей ЗМІ, інформація досягає споживачів з високою швидкістю, багаторазово дублюється і активно впроваджується в свідомість мас.

Збільшення інформації створило нову форму спілкування, характерну для урбанізованих територій з великою кількістю людей – а саме, масову комунікацію. Під останньою розуміють виробництво та розповсюдження масової інформації через ЗМІ. Можливість передавати одну і ту ж інформацію на великі території і відтворювати її майже одночасно, дозволяє впливати засобам масової інформації на носія масової свідомості, тобто бути одним із важливих факторів регулювання масової свідомості [2].

Масово-інформаційна діяльність в сучасних масштабах, коли склалася глобальна система комунікацій, і коли мільйони та мільярди людей дізнаються про події в момент їх звершення та отримують коментар до них по гарячих слідах, була неможлива ще сто років тому. У таких масштабах масово-інформаційна діяльність є феноменом двадцятого століття, а навіть більше – двадцять першого. Саме у двадцятому сторіччі з'явилася тенденція до масових рухів, масового виробництва, масової комунікації та інших масових процесів та явищ.

Засоби масової інформації, серед яких друк, радіо, телебачення, а тепер ще й Інтернет, мобільні телефони, пройшли великий шлях становлення та розвитку. Перші газети з'явилися на початку сімнадцятого століття, а журнали – у другій половині того ж століття. Відтоді й почався процес формування журналістики як важливого соціального явища. Перша половина двадцятого століття принесла людству радіо й телебачення, а його кінець – Інтернет-ЗМІ та мобільні телефони.

У теорії журналістики поняття «масова інформація» є базовим. Саме через характеристику діяльності журналістики зі збору, обробки, компонування, поширення масової інформації, виявляється сутність журналістики як особливої сфери соціальної діяльності. Журналістика не володіє ніякими іншими засобами для виконання своєї соціальної ролі, окрім інформації. Стаючи посередником між журналістикою та аудиторією, інформація є тим інструментом, за допомогою якого вирішується все різноманіття завдань, що стоять перед всією журналістикою як специфічним соціальним інститутом.

В епоху глобалізації все в світі змінюється, змінюються і вид, і функції соціальних інститутів. Це стосується і журналістики. Якщо раніше основною функцією журналістики дійсно було інформувати людей щодо нещодавніх подій, і частіше на більш локальному рівні, трохи згодом додалася функція реклами, а потім й інші, то зараз, з появою великої кількості засобів поширення інформації, а також більшої зацікавленості людей у ній, журналістика розширює свої функції та форми.

Так, з'явилася нова форма журналістики – конвергентна журналістика – це результат злиття, інтеграції інформаційних і комунікативних технологій в єдиний інформаційний ресурс. Сучасні медіа-компанії розширюють свій спектр інформаційних та розважальних продуктів і використовують при цьому «нові» форми подачі медіапродукту: онлайн-газета, радіо в Інтернеті, Веб-телебачення.

Комунікативна сутність інтерактивності, що реалізується в таких формах участі читача в журналістському процесі, як коментування новин, обговорення новин на форумі, має кілька аспектів: з одного боку, інтерактивність може розглядатися як інструмент

реалізації інформаційної діяльності, що дозволяє оперативно отримувати відгук від аудиторії; з другого – інтерактивність є ефективним інструментом залучення аудиторії до використання інформаційного ресурсу.

На стику мистецтва та науки виник зовсім новий та цікавий напрямок – мультимедіа. Сучасне медіа, що також має назву – конвергентне, являє собою синтез графіки, тексту, анімації, відео елементів, звуку та зображення. Проте важливою відзнакою є діалог, який читач може вести з засобами масової інформації. В цьому плані, без сумніву, конвергентна журналістика перемагає, оскільки для такого діалогу споживачу навіть не треба виходити з дому, тобто процес зворотного зв'язку набагато легший.

Таким чином, у наш час засоби масової інформації еволюціонували від простого засобу пошуку, обробки і передачі інформації, до засобу контролю та зміни внутрішнього, духовного світу людини. Однак, стає щедалі очевидним, що сучасні засоби масової інформації не розширюють горизонти розвитку людської свідомості, не сприяють формуванню самостійності і суверенітету суджень членів суспільства, а прагнуть донести до споживачів інформацію про розтиражовані стандарти поведінки. Сучасні ЗМІ маніпулюють масовою свідомістю у відповідності із вимогами державного або приватного замовника.

Широкий спектр засобів масової інформації, мабуть, був покликаний привести до індивідуалізації характеру, активності діяльності та свідомості особистості та надати їй вибір. Але з нашої точки зору, це всього лише ілюзія, і у людини немає вибору. Переважна більшість людей дивляться телевизор, – одні й ті ж канали, програми, й дивляться їх в порядку, затвердженому правилами програми передач. Вони читають ті самі статті, в тих самих журналах та газетах, що й більшість інших, слухають ті самі радіопередачі та новини, вдома та на відпочинку.

Тобто удосконалення технічних можливостей ЗМІ значно розширило сферу маніпулювання масовою свідомістю, яка примхлива і легко піддається впливу [3]. Маса не має особової думки, так як не пристосована до теоретичного мислення, отже, будь-яке рішення має бути втиснуто ззовні і під тиском, а маніпулювання інформацією робить можливості масової маніпуляції засобами масової інформації практично безмежними.

Таким чином, нинішня ситуація в оцінці ролі ЗМІ в житті сучасного суспільства неоднозначна. З одного боку, розвиток масової комунікації і засобів масової інформації робить позитивний вплив на сприйняття навколишнього світу, розширюючи його, але в той же час, ЗМІ фактично маніпулюють свідомістю мас, пробуджують масовізацію особистостей, стандартизує їх відносини, дії, і створює однорідність їх реакцій.

Через контроль над ЗМІ відбувається формування правил і стереотипів поведінки людини у бік інтересів еліти суспільства: маніпуляція, як правило, націлена на формування інертності народних мас, які не будуть здійснювати активну розумову діяльність, аналіз, критичне осмислення. Так, в кінцевому підсумку, панівні класи вирішують питання присвоєння та перерозподілу продуктів діяльності суспільства і людини окремо. Отже, посилення феномена маніпулювання масовою свідомістю, і перш за все, за рахунок ЗМІ, в сучасному світі нерозривно пов'язане з процесами капіталізації суспільних відносин і фінансової глобалізацією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. – М.: ВЛАДОС, 1994. – 336 с.
2. Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
3. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого «Я». // Фрейд З. Избранное. / Под редакцией Е. Жиглевич. – Т. 1. – London: Academic Press, 1969. – 358 с.

Улановська Анна

студентка I курсу історичного факультету
Маріупольський державний університет, Україна

ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ МАС-МЕДІА НА СУСПІЛЬСТВО

Постановка проблеми полягає у тому, що сучасні умови мають вагомий вплив на формацію індивіда, особистості та суспільство в цілому. Головними з цих умов є розповсюдженість та доступність засобів масової інформації, через які відбувається деградація духовних та загальнолюдських цінностей.

Одним із важливих питань теперішнього часу є дослідження впливу інформації на суспільство, його розвиток, рівень соціального життя. Актуальність теми вивчення не підлягає сумніву, адже вона є реаліями сьогодення й це висвітлено у працях багатьох науковців, зокрема В. Лизанчук, О. Пугачов, А. Новікова та інші.

Прагнення мас-медіа до виконання різноманітних функцій є рушійним, зокрема інформування громадян про найбільш актуальні події, що відбуваються в державі та світі, адже сприяє підвищенню рівня освіченості людей, але й несе маніпулятивні функції. Тобто можна зазначити, що мас-медіа є чинником деструктивного впливу.

Демократизація та глобалізаційні проблеми стали поштовхом до зросту й укріплення позицій мас-медіа на відносини у соціумі, яке тісно пов'язане з підвищенням культурно-освітнього рівня життя українців.

Суспільство споживання розвивається під вагою індустрії новин. Чому вплив має саме внесок деструктивного характеру?

За вченням Ентоні Гіденса, соціалізація являє собою комплексний процес засвоєння індивідом певних навичок та знань, від яких напряду залежить становлення індивіда як повноправного члена суспільства. Мас-медіа все ж таки можуть сприяти інтеграції особистості в соціальну систему з порушенням загальноприйнятних норм, адже не весь контент має перевірку перед опублікуванням і може містити нестандартний зміст. Це у свою чергу впливає на сприйняття психологічно уразливих категорій населення, тобто дітей та людей літнього віку. Якщо пізнавальна інформація може бути корисна у будь-якому віці, то категорія, яка має вміст неприйнятний до певних гендерних чи вікових особливостей може викликати дисфункцію при формації ланки суспільства.

Одночасно об'єктом і суб'єктом виховання є людина, оскільки проходить в суспільній сфері виховний вплив, а також у рамках соціальної системи. Під час динамічного спілкування ЗМІ відіграють важливу роль, що супроводжує соціальну рівновагу населення. Проте, не кожен розуміє, що засоби масової інформації – найкраще і водночас жорстоке знаряддя для маніпулювання свідомістю громадян будь-якої країни.

В соціалізації роль медіа має місце, але вона може бути менш чи більш впливова, сильна чи слабка. В багатьох випадках батьки, друзі, знайомі, вчителі все ж відіграють роль основного агента соціалізації дитини (як найменш впливової ланки суспільства), проте існують теми, де медіа, зокрема телебачення, відіграють значну роль. Сьогодні в Україні настала криза інформаційної культури, доказом може слугувати велика кількість деструктивних публікацій, телепрограм, що переважають над нейтрально-конструктивними [2, с. 14].

Наприклад, на основі досліджень, що були проведені у 1930-х роках, що перегляд фільмів про кримінал та гангстерів впливав на глядачів, а саме їх ставлення до покарань передбачених державною системою. Дослідження наступних років свідчать про наявність зв'язка між запобіганням до жорстокої сили та переглядом кримінальних телепередач. У той ж час глядачі телепередач за структурою «козаки-розбійники» більше схильні до віри в успішну роботу правоохоронних органів щодо боротьби зі злочинністю, а ніж діти, які не є фанатами даних шоу [1, с. 469].

Також слід зазначити, що наявність медіа з малих літ у звичайному житті людини загартовує її до фейків, адже з дорослішанням, діти стають менш довірливими до реклами

та навіть стають цинічними щодо цього явища (за статистичними даними та опитуванням серед дітей-п'ятикласників лише близько 7 відсотків мають довіру до комерційної реклами). Також важливим є те, що вплив комерційної реклами не поширюється на таку споживацьку поведінку як порівняння цін [1. с. 474]. Тобто, є певні переваги та недоліки, але других є більше, адже маніпуляції притаманні мас-медіа є одним з засобів впливу на формування свідомості суспільства та самоусвідомлення особистості в соціумі.

Два десятиліття тому, найбільш популярним ЗМІ вважалося телебачення, але засоби масової інформації не зупиняють свій розвиток на певному етапі. Згодом всевітня мережа Інтернет витіснила телевізор, зайнявши провідні позиції серед населення будь-якого віку, оскільки стали доступними перегляд різноманітних відеороликів, інтернет-статті, а також реальна аналітика на конкретні події. Хоча є важливе зауваження щодо легкості маніпулятивних дій через Інтернет, адже інформація більш поширюється усюди через так звану павутинну сітку.

Як справедливо зазначає Г. Бакулев, “нові медіа часто дають людям те, що вони хочуть, навіть якщо довгоочікувані наслідки можуть виявитися негативними. На відміну від звичних медіа, вони не мають зв'язків з іншими традиційними соціальними інститутами, які відчувають відповідальність 211 перед суспільством. Адаптація до нових медіа та їхньої специфіки часто підриває існуючі соціальні ролі та зв'язки. Мінлива медіа індустрія змушує змінюватися й інші суспільні інститути, включаючи політичні, релігійні, військові й освітні” [3].

Отже, зміни що відбуваються є рушійними, а вплив деструктивним, бо люди не захищені від хибних джерел.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dominik, J.R. Social Effects of Mass Communication. McGraw-Hill Higher Education. 2011.
2. Князева М.Л. "Черная культура" и светлый человек /М.Л.Князева // Педагогика. 2001. №3. С.97-101.
3. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции /Г.П.Бакулев М.: Аспект Пресс, 2005. 176 с.

ПІДЛІТОК ЯК РЕЦИПІЄНТ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Підліток – найголовніший реципієнт масової комунікації та активний творець майбутнього. Саме так ЗМІ транслюють інформацію для підлітків в Інтернеті. На мою думку, Інтернет надає багато повноважень нинішньому поколінню, транслюючи свободу думки і дій, саме у віртуальному світі. Тим самим привертає на себе всю увагу підлітка. Якщо аналізувати молодіжні соціальні мережі, то можна помітити явну тенденцію, а саме "обмеження можливостей в реальному світі, свобода в віртуальному".

Звичайно ж покоління підлітків вибере більше свободи і дій, ніж життя з масою правил і обмежень. У наші дні на будь-якому сайті, в будь-якій соціальній мережі ми можемо зустріти величезну кількість інформації про те, як інтернет полегшує життя. І на жаль, ЗМІ не договорює всієї інформації, а використовує тільки позитивні якості, забувши або спеціально не згадавши про негативні. Саме інформація про відмінний вплив соціальних мереж описується як панацея від усіх підліткових проблем. Починаючи з готового рішення математичної задачі, закінчуючи вирішенням проблем з однокласниками або з сім'єю. Масові комунікації входять в довіру підлітків різними способами і особливо схильні до цього впливу діти, які мають труднощі в реальному житті: важкі сімейні обставини, розлучення, тривала хвороба, гіперопіка або відсутність уваги з боку батьків, труднощі в навчанні або в спілкуванні з однолітками, занижена самооцінка. У віртуальному світі таких проблем немає, тому дитина обирає собі комфортне середовище, яке задовольняє всі його потреби. Інтернет дає можливість зануритися в уявний світ, задовольнити свою фантазію, відкинути нудні і неприємні будні. Але всі ми знаємо, що до хорошого ми швидко звикаємо. Таким чином, віртуальний світ пересилує над реальним та ми залишаємося в ньому.

Найяскравішим прикладом впливу масової комунікації на підлітка є соціальна мережа «TikTok». За даними 2020-2021 року [1]. TikTok входить в один з трьох найвідоміших додатків серед молоді. Він знаходиться на третьому місці після снєпчата. А перше місце займає всіма улюблений Інстаграм.

Але чому ж саме ТікТок такий небезпечний для підлітків? По-перше, ТікТок це майже неконтрольована соціальна платформа, де цензура практично відсутня. ТікТок використовує так званий "ШОК-Контент" для залучення уваги аудиторії.

Грає у дітей на емоціях і викликає іноді необдумані дії. Можна навести безліч прикладів, коли підлітки чинили небезпечні речі, які побачили в ТікТоці. На жаль, діти в цьому віці схильні до наївності і це зазвичай приводить до великих проблем, а іноді й втрат. Можна згадати нещодавній випадок, який стався На Київщині в місті Боярка 16 лютого. Дві подружки, підліткового віку, а саме, тринадцяти та дванадцяти років, підтримали челендж, який був створений саме в ТікТоці та пов'язаний з ліками проти алергії. На перший погляд невинне відео транслює як від цих ліків стає добре, вони викликають легкі галюцинації і зовсім не шкідливі для здоров'я. Але в підсумку тринадцятирічна дівчинка померла майже відразу. Це говорить про те, що цензура в віртуальному світі відсутня. На жаль, вплив ТікТока мене теж не обійшов стороною. Цього разу транслювалася величезна кількість красивих фігур, худі дівчата та їх харчування, яке через незнання може призвести до могили. Але в силу мого віку я цього не розуміла і теж взялася повторювати. На просторах інтернету я зустріла знаменитий булінг в неймовірно величезній кількості. Дівчатка божеволіли що не могли стримати свої сили і їли трохи більше ніж потрібно, тим самим отримували ще більшу дозу булінгу в свою сторону. Тисячі дівчат, на жаль в числі їх була і я, наївно вірили, що все це безпечно, але через рік всі ми зіткнулися із загальною проблемою. Під кінець року у нас не залишилося ні здоров'я, ні здорової психіки, від нас відійшли всі друзі і ми забули що таке справжні радості життя. Шкода, що я це пізно зрозуміла. Так, я не можу звалювати всю відповідальність на Інтернет. Крім цього, у нас є батьки, які опікають нас або повинні це робити. Але нинішній стан поставив перед ними вибір, такий як, або ти працюєш і не бачиш дітей, але забезпечуєш їм майбутнє, або ти сидиш вдома і живеш в страху кожен день. І батьки зобов'язані вибрати перший варіант, так як вони розуміють, що у дитини теж є потреби і вони повинні їх забезпечувати. Діти тим самим шукають уваги, спілкування, допомоги в Інтернеті. Від нестачі батьківської уваги у дітей прокидається ненависть, дратівливість і недовіра до батьків. А соціальні мережі тільки підливають бензину у вогонь. У приклад можу поставити відому на все СНД блогершу "Instasamka". Вона подає дітям не здоровий приклад ставлення до оточуючих людей. Принижує обслуговуючий персонал, плює їм в обличчя, спалює їх зарплати, ламає обладнання та нецензурно висловлюється їм у слід. На це все дивляться діти, які в гонитві за такою ж славою повторюють за Інстасамкою. Всі ми знаємо, якщо регулярно бачити те, що відбувається, то на підсвідомому рівні ти з легкість звикаєш до цього і так само повторюєш ті самі дії. Моя думка була побудована на негативних факторах впливу масової

комунікації на формування життя підлітків. Не сперечаюся, що існує маса позитивних факторів, але все ж таки в наш час переважає більше негативу.

Проведене мною дослідження впливу масової комунікації на підлітка дозволило мені зробити наступний висновок. Найчастіше під вплив потрапляють діти, яким просто не вистачає уваги або ж діти у яких немає інтересу і любові до життя. Масова комунікація впливає на формування підлітка сильніше ніж батьки. Тому що підліток проводить більше часу з гаджетом, який дозволяє йому робити все що він хоче, висловлюватися так як йому подобається, лаятися, говорити свою думку, навіть якщо вона є некоректною. А з батьками і взагалі з оточуючими все інакше. Тут, як не як, потрібно дотримуватися безлічі правил, які все таки сковують людину, яка звикла до вільного спілкування та несерйозного відношення до людей. Між такими образами утворюється сильний контраст, який теж грає на психіці у підлітка. Викликає у нього дратівливість і нерозуміння, часом підліток не розуміє самого себе.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [https://www.04868.com.ua/news/3027106/vypej-40-tabletok-i-posmotri-cto-budet-
sem-opasen-novuj-celendz-v-tik-tok](https://www.04868.com.ua/news/3027106/vypej-40-tabletok-i-posmotri-cto-budet-sem-opasen-novuj-celendz-v-tik-tok).

Шуплат Олена

доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені В.Гетьмана», Україна*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ (НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ ДТЕК)

Процес становлення інституту цивілізованого бізнесу неможливий без зміни природи не тільки його самого, але і взаємодіючих з ним інститутів держави та суспільства. Теорія й практика корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) лежать у сфері взаємодії бізнесу і інших суб'єктів суспільства і спрямовані на визначення ролі бізнесу та його місця в суспільстві. КСВ підкреслює, що бізнес відповідальний не тільки за забезпечення прибутку і росту компанії, але й повинен бути добропорядним членом суспільства, який діє в законодавчому полі, враховує проблеми екології та сприяє розвитку суспільства. Проаналізуємо особливості реалізації політики КСВ українськими компаніями на прикладі Групи ДТЕК.

Група ДТЕК - найбільша приватна енергетична компанія в Україні, яка займається видобутком та переробкою вугілля, виробництвом та постачанням електроенергії. Концепція розвитку ДТЕК передбачає будівництво енергетичної компанії, яка з'єднає Україну та Європейський Союз в єдиний ланцюжок виробництва та реалізацію електроенергії, використовуючи переваги вертикальної інтеграції.

У 2007 році ДТЕК приєднався до Глобального договору ООН (UNGC) в Україні, в якому прописані 10 соціально відповідальних принципів GDC у правах людини, трудових відносинах, навколишньому середовищі та боротьбі з корупцією. У 2009 році ДТЕК очолив робочу групу з прав людини в українській мережі членів UNGC [1]. Згідно Глобального договору ООН діяльність компанії базується на наступних принципах:

1. Якісне задоволення потреб споживачів продукції.

2. Чітке дотримання закону. Кодекс етики та ділової поведінки ДТЕК містить сформульовані та систематизовані принципи поведінки та впроваджує практичні заходи для забезпечення прозорості бізнесу.

3. Забезпечення безпеки праці та інвестування в розвиток людини. В рамках Наглядової ради та Правління ДТЕК були створені Комітети з охорони праці та охорони навколишнього середовища.

4. Турбота про навколишнє середовище. Підтримка екологічного балансу є невід'ємною частиною діяльності ДТЕК. Компанія безперервно працює над покращенням екологічної ситуації в регіонах присутності та збереженням довкілля. ДТЕК використовує уніфіковану систему екологічного управління відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 14001: 2004.

5. Внесок у розвиток місцевих громад. Головним чином, шляхом створення взаємовигідних соціальних партнерств у регіонах, де присутній ДТЕК. Згідно Декларації про соціальне партнерство, прийнятій компанією в 2008 році: кошти спрямуються на вирішення соціальних проблем та підтримку вразливих соціальних груп та реалізацію інфраструктурних проєктів соціального характеру.

6. Відкритість та прозорість, публічність соціальної звітності [1].

Існує ряд правил КСВ, яких дотримуються українські компанії при формуванні корпоративної стратегії, що сприяють підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку:

- включати заходи з КСВ у стратегію корпоративного розвитку, включаючи стандарти звітності у свою програму соціально відповідального ставлення підприємства з дотриманням принципів соціальної відповідальності;
- реалізовувати політику відповідального ставлення організації до своїх працівників;

- створювати спеціалізовані підрозділи, щодо управління КСВ, для впровадження принципів КСВ у діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування;
- збільшувати бюджети організацій на діяльність з КСВ. Для розробки ефективної бізнес-стратегії, заснованої на соціальній відповідальності, керівництву компаній необхідно визначити перелік соціальних та екологічних проблем, з якими стикається їх бізнес [1].

Група ДТЕК здійснює значні інвестиції на реалізацію Програм КСВ. Так, у 2007–2019 роках було реалізовано 2 310 проєктів, у які Група ДТЕК інвестувала 1 302,6 млн. грн.

Таблиця 1

Інвестиції за напрямками Програм соціального партнерства ДТЕК, млн. грн.*

Напрями	Роки				
	2015	2016	2017	2018	2019
Соціально значуща інфраструктура	13,9	10,9	40,9	63,6	38,1
Підвищення активності громад	3,3	9,2	39,8	58,8	40,8
Енергоефективність у комунальному секторі	12,7	23,1	86,6	38,5	11,4
Охорона здоров'я	10,1	1,5	3,3	6,4	4,2
Розвиток бізнес - середовища	0,9	0,8	2,0	2,1	0
Всього	40,9	45,5	172,6	169,4	94,5

*Складено автором на основі [5, с. 101]

Проаналізувавши інвестиційні програми компанії ДТЕК за останні 5 років, можна зробити висновок, що найбільше компанія витратила на КСВ у 2017 році, 172,6 млн. грн. що майже вдвічі перевищує кошти інвестовані у 2019 р. (94,4 млн. грн.).

Основними секторами КСВ компанії ДТЕК у 2019 році були підвищення активності громад (43,2 %) та соціально значуща інфраструктура (40,3%).



Рис. 1 Розподіл КСВ витрат ДТЕК у 2019 р., %*

*Складено автором на основі [5, с. 101]

Соціальна відповідальність у бізнесі забезпечує значну перевагу для зовнішньоекономічної діяльності та зміцнення позицій міжнародної спільноти. Сьогодні лише компанії, які формують соціальну (нефінансову) звітність, принаймні в Генеральній Асамблеї ООН, можуть успішно працювати на ринках розвинених країн. Тим не менш, більш складною нефінансовою доповіддю є Звіт про сталий розвиток, який готується відповідно до вимог Глобальної ініціативи звітності (GRI), тобто стандартизована система звітності про економічну, екологічну та соціальну діяльність.

На сьогодні ДТЕК посідає перше місце* серед найбільш прозорих українських компаній. ДТЕК, як лідер в українській галузі, є однією з найбільш соціально відповідальних компаній в Україні, що підтверджує взаємозалежність ступеня розвитку соціальної відповідальності від високих фінансово-економічних показників.

Технології та інституційні форми КСВ, що використовуються ДТЕК, спрямовані на підвищення його конкурентоспроможності на українському та міжнародних ринках. Вони можуть успішно впроваджуватися іншими українськими компаніями для можливості виходу на зовнішні ринки. Сферами подальших досліджень ДТЕК є визначення економічної ролі соціальної відповідальності в компаніях, що працюють або прагнуть вийти на світові ринки, розробка відповідних стратегій соціальної відповідальності та формування адаптованих

Отже, Група ДТЕК здійснює значні інвестиції у соціальну сферу і є лідером в цій сфері в Україні. Проте, для України практика КСВ знаходиться на початковому етапі розвитку у порівнянні з розвиненими країнами. Враховуючи значне відставання України від розвинених країн у розвитку соціально відповідальних інвестицій, важливо забезпечити створення необхідних передумов, зокрема [2]:

1. збільшити роль та значення соціальних інвестицій на державному рівні, запровадити поняття соціально відповідальних інвестицій у всі стратегічні політичні документи соціально-економічного розвитку;

2. підвищити зацікавленість держави у передачі прогресивного зарубіжного досвіду не лише створить галузеві програми, спрямовані на вирішення нагальних соціальних проблем, але й активізує бізнес до розширення соціальних інвестицій у соціально значущі проєкти для країни, через забезпечення стимулів для розширення приватних соціальних інвестицій, у тому числі шляхом відкриття доступу до соціальних програм, що реалізуються державою; розширення приватної участі у реалізації державних проєктів, насамперед за допомогою механізмів державно-приватного партнерства, посилить приватні соціальні інвестиції; розширення фінансових механізмів накопичення фінансових ресурсів для реалізації соціальних інвестиційних проєктів; нерозвиненість фінансового ринку звужує потенціал ресурсів, доступних для соціальних інвестицій для банківського кредитування.

Це дозволило б не тільки систематизувати національні бренди для соціальних інвестицій, але й налагодити обмін з іноземними фондами та подібні проєкти для пошуку партнерів та обміну досвідом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соціальна відповідальність / Офіційний сайт групи ДТЕК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dtek.com/sustainable_development/social/
2. Особливості венчурних інвестиційних фондів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/13500826/menedzhment/osoblivosti_venchurnih_investitsiynih_fondiv
3. Краудфандинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%90%D0%93%D0%94%D0%9D%D0%98%D0%93>
4. Євтушенко В.А., Шевченко Т.П. Феномен соціальної відповідальності у підвищенні стійкості корпорацій на національному та міжнародному рівнях // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - Випуск 118 (частина II). - 2014р. – С. 76-84
5. Інтегрований звіт 2019 фінансові та не фінансові результати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dtek.com/content/announces/dtek_integrovaniy-zvit-2019_pdf_s194_t3225.pdf

Наукове видання

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

*Збірник матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів,
аспірантів та молодих вчених*

24 лютого 2021 року (м. Київ)

Відповідальний за випуск

Халіков Р.Х.

Комп'ютерна верстка

Горбова Ю.С.

Дизайн обкладинки

Горбова Ю.С.

Видавець

ФОП Халіков Руслан Халікович,

Св. № ДК, № 5346 від 17.05.2017

e-mail: halikoff@gmail.com.