

ISSN 2078-144X

VISNYK | **ВІСНИК**
OF THE LVIV | ЛЬВІВСЬКОГО
UNIVERSITY | УНІВЕРСИТЕТУ

Series Sociology

Серія соціологічна

Issue 12

Випуск 12

Published 1–2 issues per year

Виходить 1–2 рази на рік

Published since 2008

Видається з 2008 року

Ivan Franko National
University of Lviv

Львівський національний
університет імені Івана Франка

2018

ЗАСНОВНИК: ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Друкується за ухвалою Вченої Ради
Львівського національного університету
імені Івана Франка

Зареєстровано Міністерством Юстиції України
Свідоцтво про державну реєстрацію
серія КВ № 14617–3588 Р від 30.10.2008 р.
Перереєстровано як фахове видання України
(Постанова Президії ВАК України № 1-05/2 від 27 травня 2009 р.)
Реєстрацію поновлено (Затверджено наказом
Міністерства освіти і науки України № 528 від 12 травня 2015 р.)

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах періодичних видань та базах даних: Ulrichsweb Global Serials Directory; CrossRef; Google Scholar.

Abstracting and Indexing: Ulrichsweb Global Serials Directory; CrossRef; Google Scholar DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vso>.

Зібрано статті з актуальних питань історії та теорії соціології, соціологічних досліджень посткомуністичних трансформацій у політичному та соціокультурному вимірах. Для науковців, викладачів, студентів.

The eleventh issue consists of articles dealing with the problems of history and theory of sociology as well as with empirical studies on postcommunist transformations in political and socio-cultural dimensions. It is for scholars, teachers and students.

Редакція:

д-р соціол. наук, проф. *Ю. Ф. Пачковський* – головний редактор; д-р соціол. наук, проф. *Н. В. Коваліско* заступник головного редактора; к. соціол. наук, доц. *О. Б. Демків* – відповідальний редактор; канд. соціол. наук *О. Т. Калиняк* – відповідальний секретар редколегії.

Редакційна колегія:

д-р соціол. наук, академік АПН України, проф. *В. С. Бакіров* (Україна); д-р філос. наук проф. *Є. І. Головаха* (Україна); д-р соціол. наук, проф. *Н. Й. Черниш* (Україна); д-р педагогіки Д. Аліфанов'єне (Литва); д-р іст. наук *П. Грама* (Польща); д-р політ. наук, проф. *В. М. Денисенко* (Україна); д-р соціол. наук *О. Б. Іванкова-Стецюк* (Україна); д-р соціології, проф. *М. Кеннеді* (США); д-р соціології *Г. Котарські* (Польща); д-р соціол. наук, проф. *С. О. Макеєв* (Україна); д-р економічних наук *М. Мороз* (Польща); д-р соціол. наук *О. Д. Куценко* (Україна); д-р психології *О. Маланчук* (США); д-р соціол. наук *К. Рейман* (Польща); д-р політичних наук, проф. *А. С. Романюк* (Україна); д-р філос. наук, проф. *А. О. Ручка* (Україна); д-р соціол. наук *М. Срочинська* (Польща); д-р іст. наук, проф. *О. М. Сухий* (Україна); д-р соціології, проф. *В. Дж. Стеїплз* (США); д-р соціол. наук, проф. *В. В. Чепак* (Україна).

Editorial Board:

Yuriy Pachkovskyy (editor-in-chief), *Kovalisko Nataliya* (vice editor-in-chief), *Demkiv Oleh* (responsible editor), *Kalynyak Orysyia* (editor), *Bakirov Vil'*, *Golovakha Yevhen*, *Chepak Valentyna*, *Chernysh Nataliya*, *Alifanovienė Daiva* (Lithuania), *Grata Pawel* (Poland), *Denysenko Valeriy*, *Ivanova-Stetsiuk Oksana*, *Kennedy Michael* (USA); *Kotarski Hubert* (Poland), *Kutsenko Olga*, *Makeev Serhij*, *Malanchuk Oksana* (USA), *Moroz Miroslaw* (Poland), *Rejman Krzysztof* (Poland), *Romanjuk Anatoliy*, *Ruchka Anatoliy*, *Sroczynska Maria* (Poland), *Suhyy Oleksiy*, *Staples William G.* (USA).

Відповідальний за випуск *О. Демків*

Адреса редакційної колегії:

Львівський національний університет
імені Івана Франка, історичний факультет,
вул. Університетська, 1, Львів, Україна, 79000.
тел. + (38) (032) 239-42-80
e-mail: sociology_chair@yahoo.com

Editorial office address:

Ivan Franko National University of Lviv,
History Faculty,
1 Universytetska Str.,
Lviv, Ukraine, 79000.
tel. + (38) (032) 239-42-80
e-mail: sociology_chair@yahoo.com

<http://www.lnu.edu.ua/faculty/inomov.new/Visnyk/index.html>

Редактор М. МИХАЛЮК

Технічний редактор С. СЕНИК

Адреса редакції, видавця і виготовлювача:

Львівський національний університет
імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, Львів, Україна, 79000.

Формат 70x100₁₆;
Ум. друк. арк. 14,5.
Тираж 100 прим. Зам.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції. Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2018

ТЕОРЕТИЧНА СОЦІОЛОГІЯ: КОНСТРУЮВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ

УДК 316.42:339.162

<http://dx.doi.org/10.30970/vso.2017.11.01>

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН

О. А. Дячук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
ollga.diachuk@gmail.com*

У статті на основі теоретичного аналізу наукових джерел та літератури виявлено основні ознаки електронної комерції як соціального феномену. Зазначено, що електронна комерція – це порівняно нове явище, яке на даний час динамічно розвивається, а його виникнення зумовлено розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Серед інших характеристик феномену – масовість, нерозривний зв'язок з глобалізацією, цілісність і системність, інституціоналізація відносин, доцільність, включеність у всі сфери суспільного життя на всіх рівнях соціологічного аналізу соціальних процесів і явищ, вплив на стиль життя індивідів.

Ключові слова: електронна комерція, електронний бізнес, електронна торгівля, інформаційно-комунікаційні технології, Інтернет, глобалізація, соціальний феномен, соціальне явище, стиль життя.

Електронна комерція належить до відносно нових феноменів, виникнення яких пов'язано з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій і доступністю мережі Інтернет для широких верств населення. Водночас відбувається глобалізація економічних відносин і виникнення нових явищ, таких, як віртуальна економіка. Інтернет створює додаткові можливості для придбання товарів і задоволення потреб, зумовлюючи виникнення нових споживчих практик.

Оскільки електронна комерція динамічно розвивається впродовж останніх десятиріч, її значення для сучасних суспільств не до кінця з'ясоване. Дослідження електронної комерції в рамках соціології дає змогу визначити її стан у сучасному українському суспільстві, простежити динаміку розвитку, вивчити вплив цього феномену на суспільство та соціальні зміни у ньому. З'ясування особливостей електронної комерції у порівнянні з традиційними способами здійснення комерційної діяльності дасть можливість виявити певні індикативні характеристики сучасних економічних відносин, які є невід'ємною частиною економічної системи суспільства.

Електронна комерція є предметом вивчення різних наук – економіки, маркетингу, інформатики, правознавства, соціології, психології та ін. Проте більшість досліджень у цій сфері відбуваються в рамках економіки і маркетингу. Питання електронної комерції висвітлювалися у працях таких зарубіжних і вітчизняних учених, як Е. Вілкас, Т. Г. Затонацька, К. Е. Кендалл, Е. В. МакКарті, С. В. Маловичко, Б. Р. Маршалл, Е. Мелз, О. С. Мельничук, О. Ю. Павленко, В. Л. Плєскач, В. А. Рубанов, В. С. Рудницький, І. Д. Саначев, П. Стейнбарт, Т. М. Тардаскіна, Л. Д. Тимченко, О. Чубукова, Л. М. Янчева та ін.

Наукові дослідження електронної комерції в Україні стосуються правових засад та правового забезпечення електронної комерції (В. М. Желіховський, М. М. Дутов), розвитку фінансових послуг на основі систем електронного бізнесу (Г. В. Юрчук), управління економічною стійкістю підприємств електронної комерції (К. О. Маковейчук), споживання на ринку електронної комерції (Ю. Ф. Пачковський, А. О. Максименко), організації бухгалтерського обліку в сфері електронної торгівлі (А. С. Крутова) тощо. Проте дослідження електронної комерції в Україні в рамках соціології потребує подальшого розвитку.

Мета статті – на основі теоретичного аналізу наукових джерел та літератури виявити основні ознаки електронної комерції як соціального феномену.

Електронна комерція – порівняно нове явище, яке виникло і набуло стрімкого розвитку впродовж останніх десятиріч. Поява електронної комерції нерозривно пов'язана з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), а її стрімке поширення – з доступом все більшої кількості людей до мережі Інтернет. Можна сказати, що електронна комерція трансформувалася з традиційної торгівлі, коли за допомогою електронних засобів зв'язку споживачі отримали ширший доступ до товарів і послуг, а компанії отримали нові можливості здійснення своєї діяльності, що в кінцевому підсумку сприяло підвищенню продуктивності бізнес-процесів. Такі глобальні тенденції не могли не відобразитися на одній з головних сфер суспільного життя – економічній, що впливає на трансформаційні процеси в сучасних суспільствах.

Концепція електронного бізнесу (е-бізнесу) виникла в США у 80-х роках ХХ ст. і стала результатом розвитку ідеї глобальної інформаційної економіки, яка ґрунтується на використанні локальних і глобальних мереж з поєднанням відповідних ІКТ [13, с. 19]. Т. Тардаскіна та інші розглядають електронну комерцію як один зі способів здійснення електронного бізнесу, при цьому трактують електронний бізнес як вид економічної діяльності компаній через комп'ютерні мережі, зокрема Інтернет, з метою отримання прибутку. Водночас треба розрізняти поняття «електронна комерція» та «інтернет-комерція»: перше є ширшим, оскільки інтернет-комерція обмежена виключно використанням мережі Інтернет, а електронна комерція охоплює усі види комерційної діяльності, які здійснюються електронним шляхом [13, с. 24].

Початком ери електронного бізнесу вважається 1960 рік, коли з'явилась перша система бронювання та продажу квитків на поїзди та літаки – SABRE – «Semi Automatic Business Research Environment» (напівавтоматичне устаткування для комерційних досліджень). У 1992 році уряд США зняв заборону на комерційне використання мережі Інтернет, унаслідок чого система електронної комерції стала доступною для широких

верств населення. У 1994 році було створено першу електронну платіжну систему Інтернету – «First Virtual» [15, с. 8–9]. Ще у 1994 році у США компанією «Forrester Research» проводилось дослідження щодо купівлі товарів і послуг через мережу Інтернет, щоправда, тоді така можливість була доступна для досить вузького кола споживачів. Проте галузь електронної комерції зростає надзвичайно динамічно – на початку ХХ ст. вона подвоювалася щорічно [2, с. 17–18].

Проводяться численні дослідження ринку електронної комерції, деякі з них мають систематичний характер. Зокрема, аналітична компанія «Forrester Research» зі США, яка займається дослідженнями ринку інформаційних технологій, вивчає галузь електронної комерції по всьому світу з 1994 року [19]. Організація «Ecommerce Europe» з 2013 року представляє звіти щодо розвитку сфери електронної комерції не тільки у всіх країнах Європи, а й в інших регіонах світу [18]. Серед давніших досліджень у цій галузі можна назвати звіт «Євробарометру» за 2010 рік, окремі аспекти якого стосувалися електронної комерції. Опитування показало, що більшість європейських користувачів Інтернету (60 %) практикують придбання товарів і послуг онлайн, 47 % користуються банківськими послугами через мережу Інтернет. Щоправда, ці показники значно відрізняються залежно від країни-члена Євросоюзу [21, р. 80, 87]. В Україні у 2009 році та 2011 році компанією «Gemius» проведено дослідження щодо проблеми розвитку електронної комерції в державі: станом на 2009 рік через Інтернет купували товари 41 % опитаних, у 2011 році – більша половина респондентів (52 %) [10, с. 215].

В. Плескач та Т. Затонацька визначають електронну комерцію як форму торгівлі товарами і послугами за допомогою ІКТ, що охоплює всі фінансові та торгові транзакції, здійснені завдяки цим технологіям, та бізнес-процеси, пов'язані з проведенням таких транзакцій [8, с. 60]. С. Пиріг подає дефініцію, згідно з якою електронна комерція є одним з головних елементів електронного бізнесу й охоплює будь-які форми ділових угод, укладання яких здійснюється електронними засобами замість фізичного обміну або безпосереднього фізичного контакту [11, с. 202].

О. Шалева розглядає електронну комерцію як комерційну взаємодію суб'єктів бізнесу з приводу купівлі-продажу товарів та послуг (матеріальних та інформаційних) з використанням інформаційних мереж (Internet, мережа стільникового зв'язку, внутрішні локальні мережі фірм). Сюди відносять електронний обмін інформацією (Electronic Data Interchange, EDI), електронний рух капіталу (Electronic Funds Transfer, EDF), електронну торгівлю (E-trade), обіг електронних грошей (E-cash), електронний маркетинг (E-marketing), електронний банкінг (E-banking), електронні страхові послуги (E-Insurance) тощо [16, с. 10].

У посібнику за редакцією А. Маєвської подано такі дефініції електронної комерції:

- електронна комерція, е-комерція – це всі форми торгівлі товарами і послугами завдяки використанню електронних засобів, в тому числі і Інтернету;
- електронна комерція – це широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг;
- електронна комерція – це ведення бізнесу в онлайн режимі, яке на сьогодні присутнє в чотирьох сферах: прями продажі товарів і послуг; банківська

справа та фактурування (платіжні системи); безпечне розміщення інформації; корпоративні закупівлі [2, с. 16].

Економічний енциклопедичний словник визначає систему електронної комерції як сукупність програмно-технічних засобів, процедур і правил, використання яких дає змогу споживачу здійснити віддалений доступ до преїскурантів підприємств торгівлі (послуг), зробити замовлення на поставку та здійснити оплату замовлених товарів (послуг) [12].

Тільки виникнувши, електронна комерція набуває ознак соціального феномену (елемента соціальної реальності, якому притаманна вся повнота соціальних властивостей та ознак, і водночас складного багатофакторного явища). Як уже зазначалося вище, електронна комерція характеризується динамічністю розвитку і нерозривним зв'язком з інформаційно-комунікаційними технологіями. Також однією з найважливіших ознак цього соціального явища є його *масовість*. За даними емпіричних досліджень [8; 20; 21], у систему електронної комерції включена велика кількість людей на всіх континентах незалежно від віку, статі, освіти, професійної належності, рівня доходів, місця проживання тощо. Виняток становлять місцевості з відсутністю або обмеженістю доступу до інформаційних мереж та низьким рівнем економічного розвитку.

З огляду на це однією з визначальних рис електронної комерції як соціального феномену є її нерозривний зв'язок з глобалізацією. Власне ідея про глобальне інформаційне суспільство (GIS) ґрунтується на глобалізації за допомогою використання інформаційно-комунікаційних технологій. У такому контексті електронна комерція є закономірним наслідком і водночас невід'ємною характеристикою глобалізаційних процесів, що відбуваються у світі. Як зауважив М. Кастельс, ще у середині 1990-х рр., «за останні два десятиліття у світі з'явилася економіка нового типу, яку називають інформаційною та глобальною... Інформаційною, оскільки продуктивність і конкурентоспроможність факторів або агентів у цій економіці залежить першочергово від їх здатності генерувати, обробляти та ефективно використовувати інформацію. Глобальною, тому що основні види економічної діяльності, такі як виробництво, споживання та обіг товарів / послуг, а також їх складові (капітал, праця, сировина, управління, інформація, технології, ринки) організуються у глобальному масштабі, напрями або з використанням розгалуженої мережі, що пов'язує економічних агентів» [6, с. 84].

Глобалізація впливає на всі сфери життя суспільства, а особливо на економіку. Економічна глобалізація, однією з рушійних сил якої є зростання темпів технологічного прогресу і розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, посилює економічну інтеграцію між країнами і зумовлює виникнення нових явищ, таких, як віртуальна економіка. В подібних умовах у споживача не виникає труднощів з придбанням товарів з іншої країни чи навіть з іншого континенту за допомогою системи електронної комерції. Таким чином стираються межі між локальними, регіональними, національними і міжнародними ринками.

Інші важливі характеристики електронної комерції – *цілісність* і *системність*. Цілісність проявляється в інтегрованій спрямованості всіх елементів, що становлять цей соціальний феномен, на досягнення спільної цілі – задоволення певних потреб людини. Електронна комерція проявляється тут як певний механізм, спосіб отримання

товарів і послуг споживачами. Системність означає сукупність взаємодіючих елементів цього соціального явища, які функціонують на різних рівнях соціологічного аналізу соціальних процесів і явищ. Щоб система електронної комерції не розвивалася стихійно, вживаються певні заходи як на глобальному, так і на національному рівнях з метою її інституціоналізації.

Інституціоналізація на глобальному рівні проявляється у діяльності низки міжнародних організацій та прийнятті нормативно-правових актів, спрямованих на регулювання відносин у сфері електронної комерції, таких як Правове керівництво Комісії ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) з електронного переказу коштів (1987 рік), Типовий закон ЮНСІТРАЛ «Про електронну торгівлю» від 16.12.1996 р., Конвенція про інформаційне та правове співробітництво у галузі «послуг інформаційного суспільства» від 04.10.2001 р., Генеральна угода про торгівлю послугами – Додаток щодо телекомунікацій до Марракеської угоди про заснування Світової організації торгівлі від 15.04.1994 р., Директива 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради від 08.06.2000 р. про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема електронної комерції, на внутрішньому ринку, Правила Організації економічного співробітництва та розвитку «Про захист прав споживачів у сфері електронної торгівлі» (2000 р.), Угода про електронну комерцію Центру ООН зі сприяння торгівлі та електронному бізнесу (2000 р.) [2], Цифровий порядок денний для Європи від 19.05.2010 р. в рамках стратегії «Європа 2020» [17] та інших документів.

В Україні інституціоналізація соціальних відносин у сфері електронної комерції визначається ухваленням Законів України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. [3], «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001 р. [5], «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 р. [4] та інших нормативно-правових актів, які регулюють окремі сфери застосування тих чи інших елементів електронної комерції. Також вартим уваги є прийняття Кабінетом Міністрів України Концепції розвитку цифрової економіки України до 2020 р., яке відбулось 17 січня 2018 р. [14].

У Законі України «Про електронну комерцію» узаконено принципи електронної комерції та наведено тлумачення основних термінів. Згідно з законом електронна комерція – відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-телекомунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру; електронна торгівля – господарська діяльність у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів дистанційним способом покупцю шляхом вчинення електронних правочинів із використанням інформаційно-телекомунікаційних систем [3].

Електронна комерція характеризується *включеністю у всі сфери суспільного життя*. Глобальна соціологія, яка трактує світ чи певну його підсистему як одиницю свого аналізу, дає змогу вивчати електронну комерцію як певну глобальну систему, яка є частиною світової економіки і характеризується інтегрованістю в глобальну фінансову інфраструктуру. Глобальні дослідження дають можливість визначати глобальні тренди електронної комерції, їхній вплив на розвиток світової спільноти, зокрема і в контексті глобалізаційних процесів.

Дослідження електронної комерції на макрорівні дає можливість вивчати її в усій складності соціальних зв'язків, взаємовпливів і соціальних процесів, які відбуваються у певному суспільстві, визначати її соціальне значення, стан, динаміку розвитку, вплив на соціальні зміни. Такий підхід дає змогу виявити різнобічний вплив досліджуваного феномену на суспільство і окремі його складові (споживчі практики, сферу зайнятості тощо), зокрема і простежити зв'язок з певними соціальними проблемами (розвиток кіберзлочинності, нерівність у доступі до інформаційно-комунікаційних технологій, об'єктами якої можуть бути не лише окремі індивіди, але й організації).

Об'єктами досліджуваного соціального феномену на мезорівні є організації (компанії, підприємства), які здійснюють свою економічну діяльність за допомогою засобів електронної комерції, а також інші некомерційні організації та соціальні групи, включені у систему електронної комерції (професійні асоціації, групи споживачів для здійснення спільних покупок в Інтернеті тощо). Електронна комерція надає нові можливості для розвитку бізнесу, а компанії отримують нові способи для здійснення своєї економічної діяльності. Як зазначає Т. Діанова, «навіть відносно невеликі сімейні фірми отримують можливість вийти на світовий ринок, в обмінні процеси втягується більша кількість контрагентів, а роль малих і середніх фірм стає все більш значущою для національної і світової економік» [1, с. 7].

Мікросоціологічний аналіз передбачає вивчення особи і малих соціальних груп у системі електронної комерції у всій сукупності соціальних взаємодій і різноманітності соціальних впливів: індивідуальних споживачів, споживчої поведінки домогосподарств, керівників і працівників компаній у цій галузі тощо. Мікрорівень охоплює дослідження таких феноменів, як довіра до електронного бізнесу, готовність до здійснення споживчих практик у цій сфері, культурні та особистісні цінності, ефективність маркетингових стратегій, бар'єри у сфері електронної комерції та інше.

І, нарешті, *доцільність* електронної комерції визначається відповідністю досліджуваного явища кінцевій меті, його практичною корисністю і пов'язана з перевагами для споживачів, виробників, ділових контрагентів, держави та суспільства: для споживачів – нижчі ціни у порівнянні з традиційними магазинами, доступність інформації про товари, послуги в інтернет-магазинах цілодобово без вихідних, можливість купувати рідкісні товари у зарубіжних магазинах, резервувати місця в готелях різних країн, можливість конфіденційного здійснення покупок та ін.; для виробників – зниження обсягу первісних вкладень в бізнес, зменшення чисельності персоналу та фонду оплати праці, скорочення циклу виробництва та продажу і т. п.; для ділових контрагентів – оперативність отримання інформації, в тому числі при міжнародних операціях, поліпшення бізнес-контактів, можливість співпраці із партнерами незалежно від географічних кордонів; для держави та суспільства – широкий асортимент товарів і послуг, що надаються населенню у різних сферах, нарощування потужності національної економіки, надходження інвестицій, створення нових робочих місць тощо [9].

Важливим є зв'язок електронної комерції як практики і способу задоволення потреб споживача зі стилем життя людей. Один з основних напрямів розуміння категорії «стиль життя» пов'язує її з соціальними практиками, з життєвими, часто щоденними практиками індивідів, які належать до одного соціального класу чи соціальної групи

(М. Вебер, П. Бурдьє, Я. Рошина та ін.) [7]. Отже, електронна комерція як спосіб взаємодії соціального суб'єкта зі світом є соціальною практикою, яка впливає на стиль життя сучасних людей. З іншого боку, зважаючи на традиції вивчення стилю життя в контексті споживчої поведінки (Г. Зіммель, Т. Веблен та ін.), варто зауважити, що електронна комерція зумовлює виникнення нових форм споживання, які безумовно пов'язані з життєвими стилями індивідів. Поняття «споживча практика» зорієнтоване на реальні дії (діяльність) споживачів, які в загальному трактуються як свого роду практики [10, с. 17]. Можна припустити, що при цьому змінюється значення споживання як маркера соціальної диференціації. Будучи невід'ємною частиною економічної сфери, електронна комерція має свої тенденції розвитку, які відображаються на соціальних змінах у сучасних суспільствах, зокрема у сфері споживання.

Висновки. Електронна комерція – це особливий вид економічної діяльності, спрямований на отримання прибутку, який здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Електронна комерція сьогодні набуває рис не лише економічного, але й соціального феномену, який невіддільний від мережевого (інформаційного) суспільства. Як соціальний феномен електронна комерція «вплетена» у соціальний контекст людських взаємодій, що творять нові форми соціоекономічної діяльності. Відтак, у сучасних умовах електронна комерція – це порівняно нове явище, яке трансформувалось з традиційної торгівлі і на сьогодні динамічно розвивається. Поява цього виду економічної діяльності зумовлена розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, без яких існування електронної комерції неможливе. Варто говорити про масовість явища (адже у систему електронної комерції включена велика кількість людей на всіх континентах незалежно від віку, статі, освіти, професійної належності, рівня доходів тощо) та про її нерозривний зв'язок з глобалізацією (електронна комерція є закономірним наслідком і водночас невід'ємною ознакою глобалізаційних процесів, що відбуваються у сучасному світі). Цілісність і системність електронної комерції означає сукупність взаємодіючих елементів цього соціального феномену, які мають інтегровану спрямованість на досягнення спільної цілі – задоволення певних потреб споживача. Ще одна важлива її риса – це інституціоналізація відносин, що проявляється у створенні організацій і прийнятті нормативно-правових актів, які регулюють діяльність у сфері електронної комерції як на міжнародному, так і на національному рівнях. Доцільність електронної комерції визначається відповідністю кінцевій меті, практичною корисністю і пов'язана з її перевагами для споживачів, виробників, ділових контрагентів, держави та суспільства. Електронна комерція зумовлює виникнення нових форм споживання і виступає соціальною практикою, яка впливає на стиль життя індивідів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Дианова Т. В.* Электронная торговля в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства: автореф. дисс. на соиск. уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 «Экономическая теория» / Т. В. Дианова. – Москва, 2013. – 24 с.
2. *Електронна комерція і право: навчально-методичний посібник / уклад. А. А. Масєвська.* – Харків, 2010. – 256 с.

3. Закон України «Про електронну комерцію» від 03.09.2015 р. № 675-VIII [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19>.
4. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від 09.01.2007 р. № 537-V [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.
5. Закон України «Про платіжні системи та переказ грошей в Україні» від 05.04.2001 р. № 2346-III [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу.: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / под ред. О. И. Шкаратана. – Москва : ГУ ВШЭ, 2000. – 224 с.
7. *Матюхін Д. А.* Соціальні установки як показники стилю життя сучасної молоді: результати соціологічного опитування // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право : зб. наук. праць. – 2016. – № 3/4 (31/32). – С. 88–92.
8. *Мельничук О. С.* Глобальні тенденції розвитку електронної комерції // Наукові праці НДФІ. – 2014. – № 1 (66). – С. 58–69.
9. *Патраманська Л. Ю.* Електронна комерція: переваги та недоліки [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2015. – № 11. – Режим доступу : <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4505>.
10. *Пачковський Ю. Ф., Максименко А. О.* Споживча поведінка українських домогосподарств : монографія. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. – 292 с.
11. *Піріг С. О.* Платіжні системи : навч. посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
12. Система електронної комерції [Електронний ресурс] // Економічний енциклопедичний словник. – Режим доступу : <http://subject.com.ua/economic/slovník/7081.html>.
13. *Тардаскіна Т. М., Стрельчук Є. М., Терешко Ю. В.* Електронна комерція : навч. посібник. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 244 с.
14. Україна отримала концепцію розвитку цифрової економіки до 2020 року [Електронний ресурс] // На часі. – Режим доступу : <https://nachasi.com/2018/01/17/kontseptsiya-rozvytku-tsyfrovoyi-ekonomiky/>
15. *Царьов Р. Ю.* Електронна комерція: навчальний посібник з підготовки бакалаврів. – Одеса : ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2010. – 112 с.
16. *Шалева О. І.* Електронна комерція : навч. посібник. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
17. Digital Agenda for Europe, Brussels, 4th May 2010 [Electronic source]. – Available at : https://www.bmvi.de/SharedDocs/EN/Documents/VerkehrUndMobilitaet/g7-eu-kommission-digitale-agenda-fuer-europa.pdf?__blob=publicationFile.
18. Ecommerce Europe Reports [Electronic source] // Ecommerce Europe. – Available at : <http://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/>.
19. Ecommerce. Reports [Electronic source] // Forrester Research. – Available at : <https://www.forrester.com/search?sort=3&N=10001+20480&searchOption=10001>.
20. Global Ecommerce Report 2017 [Electronic source] // Ecommerce Europe. – Available at : <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/>.
21. Special Eurobarometer № 359. Attitudes on Data Protection and Electronic Identity in the European Union. Report [Electronic source] // European Commission. Public Opinion. – Available at : http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_359_en.pdf.

REFERENCES

1. *Dianova, T. V.* Jelektronnaja trgovlja v sisteme jekonomicheskikh otnoshenij sovremennogo rynochnogo hozjajstva: avtoref. diss. na soisk. uch. stepeni kand. jekon. nauk: spec. 08.00.01 «Jenonomicheskaja teorija» [Electronic trade in the system of economic relations of modern market economy: author's abstract of dissertation: specialty 08.00.01 Economical theory]. Moscow, 2013. [in Russian].
2. *Majjevs'ka, A. A., ed.* Elektronna komercija i pravo. Navchal'no-metodychnyj posibnyk [E-commerce and the Law: the manual]. Kharkiv, 2010. [in Ukrainian].
3. Zakonodavstvo Ukrai'ny. «Zakon Ukrai'ny «Pro elektronnu komerciju» vid 03.09.2015 r. № 675-VIII» [Legislation of Ukraine. «The Law of Ukraine «On E-Commerce» dated September 3, 2015 No. 675-VIII»]. Accessed January 18, 2018. <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675-19> [in Ukrainian].
4. Zakonodavstvo Ukrai'ny. «Zakon Ukrai'ny «Pro osnovni zasady rozvytku informacijogo suspil'stva v Ukrai'ni na 2007–2015 roky» vid 09.01.2007 r. № 537-V» [Legislation of Ukraine. «The Law of Ukraine «On the Basic Principles of the Information Society Development in Ukraine for 2007–2015» dated January 9, 2007 No. 537-V»]. Accessed January 18, 2018. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16> [in Ukrainian].
5. Zakonodavstvo Ukrai'ny. «Zakon Ukrai'ny «Pro platizhni systemy ta perekaz groshej v Ukrai'ni» vid 05.04.2001 r. № 2346-III» [Legislation of Ukraine. «The Law of Ukraine «On Payment Systems and Money Transfer in Ukraine» dated April 5, 2001 No. 2346-III»]. Accessed January 18, 2018. <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2346-14> [in Ukrainian].
6. *Castells, M.* Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura [Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow, 2000. [in Russian].
7. *Matjuhyn, D. A.* «Social'ni ustanovky jak pokaznyky stylju zhyttja suchasnoi' molodi: rezul'taty sociologichnogo opytuvannja» [«Social settings as indicators of the lifestyle of modern youth: the results of sociological survey»]. *Bulletin of the National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute»*. *Politology. Sociology. Law* 3/4 (31/32) (2016): 88-92 [in Ukrainian].
8. *Mel'nychuk, O. S.* «Global'ni tendencii' rozvytku elektronnoi' komercii'» [«Global trends in e-commerce»]. *Scientific works of NDFI* 1 (66) (2014): 58-69 [in Ukrainian].
9. *Patramans'ka, L. Ju.* «Elektronna komercija: perevagy ta nedoliky» [«E-Commerce: Advantages and Disadvantages»]. *Effective economy* 11 (2015). Accessed January 18, 2018. <http://www.m.nayka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=4505> [in Ukrainian].
10. *Pachkovs'kyj, Ju. F., Maksymenko, A. O.* Spozhyvcha povedinka ukrai'ns'kyh domogospodarstv: monografija [Consumer behavior of Ukrainian households: monograph]. Lviv: Ivan Franko National University of Lviv, 2014. [in Ukrainian].
11. *Pyryg, S. O.* Platizhni systemy. Navchal'nyj posibnyk [Payment systems. Training manual]. Kyiv: Center for Educational Literature, 2008. [in Ukrainian].
12. Ekonomichnyj encyklopedychnyj slovnyk «Systema elektronnoi' komercii'». [Economic Encyclopedia Dictionary. «E-commerce system»]. Accessed January 18, 2018. <http://subject.com.ua/economic/slovník/7081.html> [in Ukrainian].
13. *Tardaskina, T. M., Strel'chuk, Je. M., Tereshko, Ju. V.* Elektronna komercija: navchal'nyj posibnyk [Electronic commerce. Training manual]. Odessa, 2011. [in Ukrainian].
14. Na chasi. «Ukrai'na otrymala koncepciju rozvytku cyfrovoi' ekonomiky do 2020 roku» [In time. «Ukraine has received the concept of the development of digital economy by 2020»]. Accessed January 18, 2018. <https://nachasi.com/2018/01/17/kontsepsiya-rozvytku-tsyfrovoyi-ekonomiky/> [in Ukrainian].

15. *Car'ov, R. Ju.* Elektronna komercija: navchal'nyj posibnyk z pidgotovky bakalavriv [Electronic commerce. Training manual]. Odessa, 2010. [in Ukrainian].
16. *Shaleva, O. I.* Elektronna komercija. Navchal'nyj posibnyk [Electronic commerce. Training manual]. Kyiv: Center for Educational Literature, 2011. [in Ukrainian].
17. Digital Agenda for Europe, Brussels, 4th May 2010. Accessed January 18, 2018. https://www.bmvi.de/SharedDocs/EN/Documents/VerkehrUndMobilitaet/g7-eu-kommission-digitale-agenda-fuer-europa.pdf?__blob=publicationFile
18. Ecommerce Europe. «Ecommerce Europe Reports». Accessed January 18, 2018. <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/>
19. Forrester Research. «Ecommerce. Reports». Accessed January 18, 2018. <https://www.forrester.com/search?sort=3&N=10001+20480&searchOption=10001>
20. Ecommerce Europe. «Global Ecommerce Report 2017». Accessed January 18, 2018. <https://www.ecommerce-europe.eu/research/ecommerce-europe-reports/>
21. European Commission. Public Opinion. «Special Eurobarometer No. 359. Attitudes on Data Protection and Electronic Identity in the European Union. Report». Accessed January 18, 2018. http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_359_en.pdf

Стаття надійшла до редколегії 14.09.2017

Прийнята до друку 19.09.2017

ELECTRONIC COMMERCE AS A SOCIAL PHENOMENON

O. A. Diachuk

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Str., 1, Lviv, Ukraine, 79000,
ollga.diachuk@gmail.com*

In the article on the basis of theoretical analysis of scientific sources and literature the main features of electronic commerce as a social phenomenon are ascertained. It is noted that e-commerce is a kind of economic activity aimed at gaining profit through information and communication technologies. At the same time, electronic commerce is a complex holistic formation, a new form of social interaction, an element of social reality, included in the system of social relations, which is characterized by the fullness of social properties and attributes.

Electronic commerce as a social phenomenon has the following characteristics: it is a relatively new phenomenon that has been transformed from traditional trade and is currently dynamically developing; the emergence of this type of economic activity is caused by the development of information and communication technologies, without which the existence of e-commerce is impossible; it is mass phenomenon – the e-commerce system includes a large number of people on all continents, regardless of age, sex, education, job, income level, etc.; it has an inextricable link with globalization, because e-commerce is a natural consequence and at the same time an indispensable feature of the globalization processes taking place in the modern world; integrity and systematic, which means the set of interacting elements of this social phenomenon, which have an integrated orientation towards the common goal of meeting certain consumer needs; institutionalization

of relations, which manifests itself in the creation of organizations and the adoption of regulations that regulate e-commerce activities both internationally and nationally; inclusion in all spheres of public life at all levels of sociological analysis of social processes and phenomena (at the global level – as a certain global system; at the macrolevel – as an aggregate of social connections, interactions and social processes in certain society; at the mesolevel these are commercial and non-profit organizations and social groups in the system of e-commerce; at the microlevel – interaction between individuals and small social groups in the field of e-commerce); the expediency of e-commerce is determined by compliance with the ultimate goal, practical utility and is associated with its benefits to consumers, manufacturers, business counterparts, state and society.

It is worth to note the connection of e-commerce with the lifestyle of individuals. E-commerce as a way of interaction of social subject with the world is a social practice that affects the lifestyle of modern people. Besides, in the context of tradition of studying lifestyle in relation to consumer behaviour (G. Simmel, T. Veblen etc.), e-commerce generates new forms of consumption, which also are connected with the lifestyles of individuals. It can be assumed that at the same time changes the meaning of consumption as a marker of social differentiation.

Key words: electronic commerce, electronic business, electronic trade, information and communication technologies, Internet, globalization, social phenomenon, lifestyle.

НЕОІНСТИТУЦІОНАЛІЗМ ЯК ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦІЇ

С. Г. Князьков

*Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова,
вул. Пирогова, 9 м. Київ, 01601,
knyazkov_s_g@ukr.net*

У контексті інституційних реформ, що тривають сьогодні в українському суспільстві однією із найбільш контраверсійних і, водночас, необхідних є реформа інституту охорони здоров'я. Необхідність докорінного перегляду принципів функціонування цього інституту поєднується із численними ризиками, що актуалізує проблему соціологічної евалюації заходів із реформування інституту охорони здоров'я загалом і такої його складової як фармацевтика. Неоліберальний вектор реформ передбачає, серед інших заходів із оптимізації державного управління та державних видатків, поступовий перехід до моделі страхової медицини. Загрози, пов'язані із впровадженням страхової медицини, зокрема, у фармацевтичній діяльності, вимагають соціологічного моніторингу соціальних постав, потреб та побоювань основних агентів, причетних до проблемної ситуації: професійних фармацевтів, споживачі лікарських препаратів, представників компаній-виробників та фахівців із фармакоекономіки. Проблематика соціологічного супроводу фармацевтичної діяльності, і соціологічної евалюації зокрема, охоплює таке коло питань як: оцінка ефективності заходів із реформування фармацевтичної діяльності різними групами причетних агентів; бачення ризиків переходу до страхової системи медицини і фармацевтичної діяльності, зокрема; ступінь задоволеності споживачів лікарських засобів.

Варто відзначити, що у процесі фармацевтичної діяльності виникають протиріччя етичних, фінансових і професійних мотивів. Через конкуренцію на фармацевтичному ринку, його подальшу комерціалізацію посилюється фінансово-господарська, а не медико-соціальна складова фармацевтичної діяльності, що загострює моральні ризики, пов'язані із цією сферою діяльності. Посилюється ризик недобросовісної поведінки фармацевтів і, навіть, виробників лікарських препаратів; гострою залишається проблема самолікування, наявності на ринку фальсифікованих лікарських препаратів, асиметричної інформації щодо лікарських препаратів та їхнього неоптимального вибору споживачами (англ. – adverse selection) та ін. Це, у свою чергу, актуалізує соціологічну перспективу досліджень фармацевтичної діяльності, оскільки звертає увагу на функціонування соціального інституту професійної етики фармацевтів, виробників лікарських препаратів та фахівців із фармакоекономіки.

Ключові слова: неоінституціоналізм, фармація, евалюація.

Сьогодні у контексті реформування системи охорони здоров'я України актуалізується потреба моніторингу та оцінки ефективності функціонування нових інституційних форм надання медичних послуг та сприйняття цих інновацій населенням. Загалом у соціології медицини від початку її конституювання в середині ХХ століття сформувалися чотири підходи: функціоналістський, конфліктний, інтеракціоністський та конструктивістський. Ці підходи, хоч і дозволили значно розширити корпус наукових знань щодо проблематики здоров'я та медицини, дуже малою мірою фокусувалися на спеціалізованих формах медичної діяльності, таких як фармація. В науковій, соціологічній зокрема, літературі на сьогодні тема оцінки фармацевтичного сектору у вимірі ефективності та у контексті сучасних трансформацій інституту медицини висвітлена дуже фрагментарно, а існуючі дослідження, в основному, аналізують фармацевтичний сектор в організаційно-управлінському та економічному вимірах (йдеться, наприклад, про компаративний аналіз запланованих та досягнутих індикаторів діяльності) [1]. Водночас досить численними є дослідження, у яких фармацевтична діяльність досліджується із застосуванням соціологічних методів збирання та опрацювання інформації. Відповідно, констатуємо прогалину у соціологічному знанні, яка полягає у недотеоретизованості проблематики фармації як комплексного суспільного, економічного та медичного інституту, відсутності соціологічної методології її практично орієнтованого вивчення, зокрема в інституційному та соціокультурному вимірах.

Дослідження проблематики медицини та здоров'я у соціології реалізувалися з різних теоретико-методологічних позицій. Значним є корпус праць такого спрямування, виконаних із позицій інтерпретативної соціологічної парадигми та таких, що, зокрема, спираються на теорії дискурс-аналізу, конструкціонізму, феноменології, етнометодології та ін. Втім, для цілей нашого дослідження, очевидно, більш адекватним є опертя на ті соціологічні підходи, які дають змогу розкрити особливості інституту фармації із фіксацією об'єктивних показників її ефективності та із потенційними управлінськими проєкціями.

Найбільш оптимальним вибором соціологічної методології евалюації фармацевтичного сектору, на нашу думку, є методологія неоінституціоналізму. Вважаємо, що застосування методології неоінституціоналізму має потенціал до заповнення подібної прогалини у соціологічному вивченні фармації в сучасному українському суспільстві, зокрема у контексті становлення страхової медицини. Неоінституціоналізм сформувався у середині минулого століття у межах економічної науки та отримав визнання у 80–90-х рр. ХХ століття. Фундаментальною ознакою неоінституціоналізму є принцип інститутоцентризму, згідно з яким дослідження жодної проблеми неможливе без урахування конкретної інституціональної форми життя. Неоінституціоналізм поєднує організаційно-управлінську, економічну та соціокультурну перспективу та використовується у дослідженні організаційної поведінки людини у найрізноманітніших сферах, але завжди із спрямуванням на оптимізацію організаційного середовища, підвищення інституційної ефективності. Разом з тим, тематичне охоплення цього напрямку теоретизацій є навіть ширшим, оскільки включає аналіз людської поведінки в контексті сучасних інститутів ринку, культури, політики.

Як зазначено вище, центральною ознакою неоінституціоналізму є принцип значимості інститутів або інститутоцентризму, звідци відповідне широке визначення поняття

«соціальний інститут». Інститути представляють собою регуляторні, нормативні та культурно-когнітивні рамки, сукупність яких забезпечує стабільність та осмисленість соціального життя [25].

У ключі неoinституціоналізму ми у межах цього дослідження розуміємо фармацію як соціальний інститут, який актуалізується у певному організаційному полі. Р. Скот зазначає, що використання поняття «організаційне поле» має на меті підкреслення наступних важливих аспектів: 1) важливість організацій для соціальних акторів; 2) роль політичних процесів (як загальносоціетальних так і специфічних для цього поля) для підтримки і раціоналізації систем виробництва і споживання; 3) вплив культурно-когнітивних і нормативних факторів, які формують світогляд, інтереси і дії акторів; 4) способи організації діяльності у відносно відосіблених кластерах з чіткими межами. Поняття поля вказує також на сукупності організацій, які поділяють спільну систему значень і взаємодіють між собою з більшою інтенсивністю, аніж з агентами поза межами поля. Елементами поля є індивідуальні та колективні соціальні актори, системи обміну, різні типи організацій та структури управління [24].

Два важливих поняття із теорії неoinституціоналізму доповнюють теоретичне моделювання фармації як соціального інституту. Це інституціональна логіка та системи управління. Інституціональна логіка – це система ідей і переконань, які формують мотивацію і цілеспрямовану поведінку учасників поля. Зміни ідей породжують зміни організаційного поля. Як зазначає Р. Скот: «Часом причина змін є ендогенною, тобто коріниться в самому організаційному полі; в інших випадках вплив на поле здійснюється ззовні, виникаючи за його межами, але після цього проникаючи в організаційне поле і змінюючи його риси. Такого роду зміни можуть бути викликані, наприклад, соціетальними потрясіннями (економічною депресією, війною), зміною політичних режимів та ідеологій або ж проведенням масштабних реформ» [6, с. 30]. Стосовно поточного етапу найсуттєвішими змінами інституціональної логіки, що мають потенціал ґрунтовної трансформації інституту фармації в Україні, є впровадження державного солідарного медичного страхування. Розглядаючи поняття систем управління, Р. Скот здійснює ретроспективний аналіз трьох етапів функціонування системи охорони здоров'я в США. Це етап домінування професіоналів (1920–1964 рр.), етап державного втручання (1965–1982 рр.) і етап ринкових механізмів і контролю менеджерів (з 1983 року і дотепер). Кожному з наведених етапів відповідає релевантна система управління.

Понятійний апарат неoinституціоналізму має значне евристичне значення у дослідженні інституту фармації. Зокрема, йдеться про модель прийняття рішень в ситуації неповноти інформації та браку довіри, яка отримала назву «дилема в'язнів». Із використанням цієї моделі може бути проінтерпретована практика неоптимального вибору лікарських препаратів споживачами (англ. – *adverse selection*). Виходячи з організаційної перспективи взаємодії акторів, для неoinституціональної теорії головним є трансакційні витрати. Вказане поняття наголошує на тому, що на усіх рівнях – інституційному, організаційному, індивідуальному – взаємодія між агентами супроводжується неминучими витратами ресурсів (грошей, часу, праці тощо) для планування, адаптації та контролю за виконанням узятих індивідами зобов'язань. Відповідно, ефективність впровадження нової інституційної логіки та систем управління прямо пов'язана із розміром

трансакційних витрат дотичних акторів. Відповідно, операціоналізація ефективності фармацевтичного сектору може бути реалізована із акцентом саме на трансакційних витратах задіяних агентів у структурному, процесуальному та результативному вимірах. Так, якщо йдеться про структурний вимір, то операціоналізація ефективності фармацевтичного сектору в неоінституціональній перспективі може включати задіяні матеріально-технічні, кадрові, фінансові та інтелектуальні ресурси. Процесуальний вимір акцентуватиме на процедурах призначення, закупівлі, забезпечення якості лікарських препаратів та ін. Результуючий вимір ефективності фармацевтичного сектору може операціоналізуватися через індикатори покращення якості життя пацієнтів, зникнення симптомів захворювання, впровадження в клінічну практику новітніх розробок, ефективності виявлення препаратів невідповідної якості, вартості лікарських засобів для лікування пріоритетних для громадського здоров'я захворювань, їх безперервної наявності у медичних закладах та роздрібних аптеках тощо.

З перспективи соціальних ролей названих акторів, окреслюються відмінності у мотивації поведінки та потенційні проблемні аспекти функціонування фармацевтичного сектора. Зокрема, для лікаря найголовнішим є визнання його професіоналізму, достатнє фінансування та комфортні умови праці [2]; для фармацевтичного пацієнта – підвищення соціального статусу та престижу аптечного закладу, збільшення числа покупців лікарських препаратів та їхня довготермінова лояльність до аптеки (у приватному сегменті) [4]; для пацієнта – швидке досягнення позитивного результату терапії з найменшими фінансовими витратами [20].

Наступне важливе поняття в рамках неоінституціоналізму, яке може залучатися до теоретичного моделювання ефективності фармацевтичного сектору та її соціологічної евалюації, – це поняття «інституційна пастка». Автор цього поняття, про яку В. Полтерович говорить як про «неефективну стійку норму (неефективний інститут), що самопідтримується» [5, с. 6]. Результатом появи інституційних пасток постає формування інституційного конфлікту між чинною та новою інституційною логікою. Поняття «трансакційних витрат», «інституційних пасток», «подвійної інституціоналізації» та ін. – становлять насичений теоретико-методологічний інструментарій неоінституціоналізму, який дає змогу здійснити системне моделювання функціонування фармацевтичного сектору.

Завершуючи обґрунтування доцільності використання саме неоінституціональної теоретико-методологічної «рамки», зачитуємо українську дослідницю С. А. Щудло, яка вважає, що перевагою неоінституціонального аналізу є можливість його застосування на декількох рівнях – інституційному, організаційному та індивідуальному, що дає змогу відповісти на такі запитання: які закономірності розвитку, вибору та зміни соціальних інститутів; у який спосіб вибираються ті чи інші організаційні форми залежно від характеру інституційного середовища; які особливості поведінки соціальних агентів у межах різних організацій [8].

Цінність неоінституціоналізму як теоретико-методологічної основи дослідження зумовлюється і тим, що цей напрям моделює механізм інституційних змін: «допоки трансакційні витрати залишаються прийнятними для акторів, принципових змін соціального інституту не відбувається, а зі суттєвим зростанням витрат, які перевищують

очікувані результати взаємодії, настає час змін, на зміну старим правилам приходять нові, які мінімізують витрати» [3, с.12].

Розглянемо приклади інституційних пасток, що виникають у фармацевтичному секторі системи охорони здоров'я. Спільним для усіх розглянутих нижче інституційних пасток є те, що в усіх випадках йдеться про розгортання дилеми *соціального та економічного*. Йдеться про нетотожність соціальної мети фармацевтичної діяльності та принципу максимізації прибутків, який є зобов'язуючим для усіх комерційних організацій. Функціонування ринку лікарських засобів, на відміну від багатьох інших спеціалізованих форм ринку, слугує не лише приватним, але й суспільним цілям. Потенційний конфлікт між спрямованістю на захист здоров'я населення і прагненням максимізації прибутку може мати місце в ситуації низького рівня рентабельності (прибутковості) розроблення і дистрибуції лікарських препаратів від деяких захворювань [22]. Прикладом може бути лікування забутих тропічних захворювань, адже в умовах ринкової економіки фармацевтична промисловість не зацікавлена в розробленні та продажу ліків, призначених для незаможних країн з тої причини, що очікувані надходження від продажу таких лікарських засобів не покривають надзвичайно високих витрат фармацевтичних компаній. Існує ризик того, що виробники концентруватимуть свої дослідницькі зусилля на тих хворобах, які зможуть принести більший прибуток. Прикладом можуть бути так звані цивілізаційні хвороби такі як цукровий діабет, чи гіпертонія. Окрім того, виробник, який витрачає значні кошти на дослідження і розроблення, наражається на ризик недобросовісної конкуренції, а саме – несанкціанованого копіювання його розроблень фірмами конкурентами після введення продукту на ринок до спливу терміну дії патентного захисту.

Наступна інституційна пастка, що виникає в процесі фармацевтичної діяльності, спричинена асиметричністю інформації, що виявляється на кількох рівнях. По-перше, рівень знань пацієнта стосовно лікарських препаратів значно відрізняється від рівня знань медичного чи фармацевтичного працівника. Це пов'язано, передусім, із рівнем освіти, яку отримує лікар чи провізор або фармацевт. Додатковий чинник може становити різниця у доступі до інформаційних кампаній та освітніх заходів (зокрема, йдеться про освітні заходи (тренінги) щодо рецептурних ліків, які призначені для обмеженої професійної аудиторії). Водночас в епоху загального доступу до мережі Інтернет покращується обізнаність пацієнтів про асортимент лікарських засобів і, навіть, про схеми лікування [26]. У випадку асиметрії володіння інформацією пацієнтом і медичним або фармацевтичним працівником існує ризик того, що порада, надана пацієнту лікарем чи провізором, може мотивуватися бажанням збільшення прибутку, а не лише допомогою пацієнтові. Поряд із цим, асиметричним може бути рівень знань фармацевтичних працівників та виробників лікарських засобів. Нерозголошення інформації або ж неповна інформація про препарат може призвести до загрози життю чи здоров'ю пацієнтів або до нерациональних об'ємів споживання лікарських препаратів. Тому існує ризик використання таких ситуацій виробниками з метою отримання вищих прибутків [9].

Наступна інституційна пастка стосується ролі, яку відіграє держава у регулюванні фармацевтичного сектору. Основним актором, який найбільшою мірою визначає інституціональну логіку інституту фармації, є держава, яка, зокрема, може ініціювати

впровадження тих чи інших реформ. Як зазначалося, фармацевтичний ринок є ринком недосконалої конкуренції лікарських засобів. Обіг такого специфічного товару як лікарські препарати потребує від держави встановлення норм і правил, а також регулювання окремих процесів реєстрації, зберігання, дистрибуції, відпуску, утилізації протермінованих препаратів та ін. Завданням держави стосовно фармацевтичного сектору є захист здоров'я населення. Виконання цього завдання вимагає державного втручання з метою мінімізації проблем лікарського забезпечення. Загалом уряд відіграє подвійну роль на фармацевтичному ринку. По-друге, держава виконує роль регулятора ринку, однак рівень її участі залежить від обраної державної політики [11]. Важливим завданням регулювання державою фармацевтичного сектору є також формування цінової політики лікарських препаратів. У більшості розвинутих країн держава відшкодовує значну частку коштів, які населення витрачає на лікарські препарати. З іншого боку, уряд прагне мінімізувати витрати або обмежити темп зростання цих витрат.

Окремий різновид інституційних пасток пов'язаний із явищем конфлікту інтересів. Це явище може виникати всюди, де існує конкуренція за обмежені ресурси (фармацевтичне організаційне поле в цьому сенсі не є виключенням). Конфлікт інтересів стосовно проблематики цієї розвідки визначають як ситуацію, коли особа (чи інституція) підлягає подвійній лояльності – з різних підстав має певні взаємовиключні зобов'язання та відстоює взаємовиключні інтереси різних акторів, дотичних до фармацевтичного сектору [18]. Перелік можливих конфліктів інтересів у організаційному полі інституту фармації досить поширений.

Одним із найбільш вичерпно описаних у західній науці конфліктів інтересів в організаційному полі фармації є конфлікти між спонсорами і науково-дослідними установами або організаціями, що проводять дослідження та апробацію нових лікарських препаратів. У Оксфордському підручнику з етики наукових досліджень знаходимо таку інформацію: у випадку профінансованих приватними фармацевтичними компаніями експериментальних апробацій препаратів лікування раку позитивний результат зафіксовано у 95% випадків. Водночас, коли йдеться про дослідження фінансовані державою, цей результат становить лише 62% [23]. Очевидним є висновок, що приватні фармацевтичні компанії більшою мірою стимулюють дослідницькі колективи до оприлюднення позитивних результатів тестувань, адже негативні результати не відповідають інтересам виробника досліджуваного препарату. Відповідно дослідник, який виконує клінічне випробування на замовлення фармацевтичної компанії може перебільшувати позитивні результати дослідження, з метою збільшення вартості акцій компанії-спонсора.

Ще одним різновидом інституційних пасток, який особливо гостро виявляється у випадку високоетатизованих (чи «державоцентричних») соціальних систем, є конфлікт інтересів між посадовими особами, відповідальними за державну політику охорони здоров'я (включаючи створення списків ліків, які надаються безкоштовно, або ж вартість яких відшкодовується) і виробниками цих лікарських засобів. Як зазначає автор книги «Нові форми корупції: соціологічний аналіз фармацевтичного сектору в Польщі», у європейських країнах найбільшим платником і клієнтом фармацевтичних компаній є держава, яка через механізми часткового або повного відшкодування вартості лікар-

ських препаратів повинна забезпечити раціональні, прозорі та чіткі способи витрачання державних грошей [21, с. 42].

Названа інституційна пастка проявляється і у вимірі взаємодії лікарів та фармацевтичних працівників із представниками фармацевтичних компаній. Завданням лікарів є призначення лікарських препаратів виключно на основі фахових знань, а завдання представників фармацевтичних компаній полягає в тому, щоби переконати лікарів призначати або рекомендувати специфічні препарати. Представники фармацевтичних компаній прагнуть цього досягти, наприклад, через стимулювання лояльності лікаря до виробника (наприклад, спонсоруючи поїздку лікаря на зарубіжну наукову конференцію). Деяко іншу роль ніж рядові «лікарі, які виписують ліки», хоч також не без конфлікту інтересів, виконують провідні фахівці з певної галузі медицини, котрих фармацевтичні компанії називають «лідерами громадської думки». До їхніх завдань входить, між іншими, проведення платних лекцій, що рекламують певні ліки на наукових конференціях, а також і написання наукових статей у медичних журналах, зміст яких попередньо обговорюється із виробником або дистриб'ютором препарату.

Та сама дилема приватно-економічного та професійно-суспільного характеру лежить в основі конфлікту інтересів між працівниками аптек, фармацевтичними компаніями та пацієнтами. Згідно з професійною етикою, кожен фармацевт, який рекомендує клієнтові аптеки певні ліки, має керуватися лише благом клієнта / пацієнта. Водночас часто буває так, що, дбаючи про прибуток аптеки, її працівники рекомендують пацієнтам ліки, які їм, можливо, не потрібні [13]. Згадаємо про те, що провізори чи працівники аптеки часто продають ліки, які доступні без рецепту, без попереднього діагнозу, а лише визначаючи можливий стан пацієнта з його слів та зовнішнього вигляду (прикладом можуть бути пацієнти, які приходять в аптеку із скаргами на біль у животі чи головний біль і просять ліки «від болю»), в цей момент провізор пропонує певні ліки, не використовуючи фахових знань і не встановлюючи етіології того чи іншого болю, що унеможлиблює рекомендацію ефективного лікарського засобу.

У всіх вищезгаданих ситуаціях конфлікт інтересів може мати небажані наслідки, які можуть призвести до: деформацій знань про ефективність певних ліків; перевищення державних витрат на ті чи інші препарати (наприклад, у ситуації, коли існують дешевші аналоги); призначення пацієнтам лікарських засобів, які не є оптимальними для їхнього лікування або рекомендації провізорами ліків, які непотрібні пацієнтам.

Окреслення релевантності методологічних засад неінституціоналізму до дослідження інституту фармації передбачає і обґрунтування конкретних «параметрів», за якими цей інститут може розглядатися уже в емпіричній площині. В цьому сенсі відповідний корпус теоретизацій є досить значним. Одним із прикладів є інструментарій, який використовується Світовою організацією здоров'я (World Health Organization Governance Toolkit). До цього інструментарію входять дві групи показників: 1) ті, що стосуються нормативного аспекту функціонування системи охорони здоров'я; 2) ті, що стосуються наслідків (чи результатів) функціонування цієї системи. До першої групи показників належать: наявність сучасної національної стратегії розвитку системи охорони здоров'я; наявність сучасної (тобто оновленої щоп'ять років) політики лікарських препаратів; наявність системи державних закупівель ліків та достатнього обсягу на-

явних ліків; наявність національних стратегій у сфері боротьби зі СНІДом, охорони здоров'я матері і дитини, програм вакцинації; наявність і публічна доступність таких документів як бюджетна документація, щорічні показники ефективності, індикатори громадського здоров'я; наявність механізмів моніторингу оцінки системи охорони здоров'я населенням. Останній із названих елементів інструментарію оцінки якості урядування у сфері охорони здоров'я прямо стосується соціологічного супроводу цієї сфери діяльності. Таким чином, опрацювання методології відповідних соціологічних досліджень та їхнє систематичне проведення перестає бути справою виключно наукового інтересу, а стає частиною управлінських механізмів у сфері охорони здоров'я.

До другої групи показників входять ті, що стосуються наслідків (чи результатів) функціонування системи охорони здоров'я. Це: людські ресурси (наявність незаповнених вакансій, плинності кадрів та ін.); фінансування системи охорони здоров'я; система дистрибуції лікарських препаратів; наявність і частка неформального обігу коштів у системі охорони здоров'я; фармацевтична регуляція (зокрема, відсоток підроблених ліків на ринку); наявність ефективних організацій, які представляють громадянське суспільство і мають механізми впливу на державну політику в сфері охорони здоров'я (зокрема, через систему громадських слухань, петицій, участі в розробленні законопроектів та ін.).

Інший підхід до окреслення індикаторів функціонування системи охорони здоров'я запропонував М. Іслам (M. Islam), який каже використовувати такий перелік із п'яти індикаторів: доступ до інформації (тут йдеться про інформацію, доступні широкому колу причетних і зацікавлених сторін (англ. – stakeholders), що стосується трендів розвитку системи охорони здоров'я та релевантних управлінських заходів; формування й планування управлінських заходів (йдеться про наявність обговорень, втілення та моніторингу виконання управлінських рішень у сфері охорони здоров'я); соціальна участь та респонсивність (йдеться про залучення широкого кола причетних і зацікавлених сторін (наурядові організації, пацієнтські організації) до процесу планування, формування бюджету та моніторингу функціонування системи охорони здоров'я); підзвітність (публічна доступність документації, що стосується статистичних показників стану здоров'я населення, фінансування системи охорони здоров'я, наявність організацій, які контролюють зловживання у цій сфері та захищають інтереси пацієнтів); регулювання (наявність відповідних органів, які регулюють питання безпеки, ефективності, якості медичних послуг та лікарських препаратів). Для змістовного висвітлення вказаних аспектів М. Іслам запропонував 40 показників у формі питань для напівструктурованого інтерв'ю. Цінність вказаного інструментарію полягає, зокрема, в тому, що останній був опрацьований автором саме для країн із низьким рівнем добробуту (англ. – low-income countries) [16].

Б. Хенсл зі співавторами запропонували систему індикаторів для евалюації управління системою охорони здоров'я, яка має страховий характер [14]. Її складовими є: система прийняття рішень, участь зацікавлених сторін, прозорість і доступ до інформації, контроль і регулювання, стабільність. Автори здійснили низку досліджень у країнах, які нещодавно запозичили страхову модель медицини. Серед цих кейсів особливий інтерес викликає Естонія, країна, яка має невеликий досвід функціонування

страхової моделі медицини і, поряд з цим, до недавнього часу мала систему охорони здоров'я, наближену до української.

М. Льюїс та Дж. Петерсон пропонують п'ять індикаторів, за якими має відбуватися евалюація функціонування системи охорони здоров'я: формування бюджету та управління іншими ресурсами, із особливою увагою до неефективного розподілу; 2) питання ефективності надання медичних послуг із фокусом на індивідуальному рівні виконання професійних обов'язків працівниками системи охорони здоров'я; 3) функціонування медичних інституцій, зокрема у вимірі середньої тривалості амбулаторного лікування, відсотку поширення інфекцій у медичних закладах, рівня задоволеності пацієнтів; 4) неформальні виплати, які здійснюють пацієнти, для того, щоби отримати доступ до гарантованих державою медичних послуг; 5) сприйняття рівня корупції у системі охорони здоров'я з боку експертів та пацієнтів [19].

Розмежовують три комплексних індикатори функціонування системи охорони здоров'я: структурні, процесуальні та індикатор наслідків. Структурні індикатори стосуються наявності чи відсутності правових та адміністративних норм (таких, наприклад, Національний *перелік основних лікарських засобів*). Процесуальні індикатори стосуються того, наскільки ефективно функціонують окремі інституції у системі охорони здоров'я та втілюються окремі програми (такі, наприклад, як реімбурсація за програмою «Доступні ліки»). Індикатори наслідків стосуються статистичних показників стану громадського здоров'я, а також експертної та масової оцінки ефективності її функціонування.

Представлений огляд ймовірних перспективних напрямків соціологічної евалюації фармацевтичної діяльності потребує систематизації і у цьому, видається, доречним застосування типології проблем урядування у фармацевтичному секторі, яку запропонували Дж. Цайлус (J. Cylus), О. Вouters (O. Wouters) та П. Канавос (P. Kanavos) у спільній статті «Зрозуміти роль урядування у фармацевтичному секторі: від лабораторії до пацієнта». Автори виділяють п'ять елементів урядування у фармацевтичному секторі. Це: підзвітність (відповідальність), прозорість, участь зацікавлених сторін, послідовність та відсутність зловживань, ефективність урядування. Проблеми урядування у фармацевтичному секторі виникають, зазвичай, унаслідок суперечностей поміж вимогами права та загальносуспільними інтересами, з одного боку, й логікою максимізації прибутків і мінімізації витрат, якої дотримуються комерційні структури, учасники фармацевтичної діяльності, з іншого боку. Автори наголошують, що такого роду проблеми урядування найчастіше виникають у країнах із низьким рівнем добробуту та слабкою (нерозвинутою) системою урядування у фармацевтичному секторі.

Почергово розглянемо можливі проблемні аспекти урядування у фармацевтичному секторі, а також відповідні можливості соціологічної евалюації. Першим етапом, на якому наголошують автори, є введення лікарського препарату на ринок. На цьому етапі можуть виникнути проблеми урядування, пов'язані із підзвітністю (відповідальністю) та із послідовністю та відсутністю зловживань. Саме на цьому етапі, зокрема, приймаються рішення щодо безпечності препаратів, їхньої ефективності та якості, приймаються рішення про реімбурсацію. У країнах зі слабкою системою державного

регулювання (здебільшого, відносно бідні країни) на цьому етапі виникають проблеми із якістю медичних препаратів. Згідно з даними Інтерполу близько 30 % лікарських препаратів у таких країнах є підробними, а у деяких африканських країнах цей показник може наблизитися до 50 % [10]. Щорічно Інтерпол проводяться операції по боротьбі з продажем заборонених і підроблених фармацевтичних препаратів через Інтернет. У 2015 році у межах операції Pangea VIII правоохоронцям вдалося вилучити підроблених і заборонених лікарських засобів на суму понад 80 мільйонів доларів [15].

Таблиця 1

Проблеми урядування у фармацевтичному секторі
 (за Дж. Цайлус, О. Воутерс та П. Канавос) [12, с. 177]

Проблемні аспекти урядування	Підзвітність та відповідальність	Прозорість	Участь зацікавлених сторін	Послідовність та відсутність зловживань	Ефективність урядування
Етапи шляху лікарських препаратів від виробника до споживача					
Введення препарату на ринок					
Встановлення цін					
Розподіл ризиків					
Ланюг дистрибції					

Наступним кроком на шляху лікарського засобу від виробника до споживача є встановлення ціни на нього. Найбільш поширеною практикою встановлення цін у європейських країнах є референтне ціноутворення (англ. – External price referencing). Відповідно до цієї управлінської практики національні ціни на лікарські препарати утворюються через співставлення із відповідними цінами у низці референтних (зазвичай, сусідніх) країн. Механізми референтного ціноутворення різняться у різних країнах: різняться правові норми; конкретна методологія ціноутворення (наприклад, встановлення мінімальної чи середньої зафіксованої у сусідніх країнах ціни); частота перегляду цін у сусідніх (референтних) країнах; правила апеляції щодо встановленої державним регулятором ціни; логістичні та ситуативні чинники (наприклад, коливання національної валюти та ін.).

У процесі референтного ціноутворення можуть виникати суттєві виклики та проблеми. Так, можливими і часто фіксованими є випадки маніпуляції цінами із боку виробників препаратів. Такі дії можуть не кваліфікуватися правом як протизаконні та карані, але, тим не менше, чинять негативний вплив на громадське здоров'я та державні фінанси. Основою для таких недобросовісних дій є те, що за референтної системи ціноутворення, зміни ціни у одних країнах тягнуть за собою їхні зміни у інших. Відповідно виробники препаратів можуть спочатку запроваджувати нові препарати

у багатших країнах, які більш ймовірно, погодяться на високу ціну, і лише пізніше виводити ці препарати на ринки інших (бідніших) країн. Отже, часовий менеджмент впровадження препаратів на національні ринки дає можливість виробникам препаратів маніпулювати системою референтного ціноутворення. Іншим способом маніпулювання системою референтного ціноутворення є надання непрозорих (конфіденційних) знижок, які не фіксуються державними регуляторами фармацевтичної діяльності. Управління ціноутворенням на лікарські препарати може бути справжнім викликом для відповідних управлінських органів. Це пояснюється, крім згаданих вище аспектів, і тим, що лікарські препарати у різних країнах можуть мати різні імена, можуть бути по-різному розфасовані та мати різне дозування. Якщо ціни переглядати часто – для цього необхідні значні людські та фінансові ресурси. Питанням є оптимальний штат спеціалізованої служби, що мала б займатися ціноутворенням. Як повідомляють Канавос та ін., у Чехії до складу відповідної служби входять 65 осіб, а у Греції лише кілька осіб. Зокрема, в цьому аспекті виникає необхідність проведення відповідних досліджень, ймовірно, на підставі використання експертних інтерв'ю.

Черговий проблемний аспект урядування у фармацевтичному секторі, який повинен бути об'єктом соціологічної евалюації, є так звані рішення із уникнення ризиків (англ. – risk-sharing agreements). Йдеться про схильність виробників лікарських препаратів вести переговори із державними регулятивними інституціями у конфіденційний спосіб, який виключає участь громадськості і, зокрема, участь пацієнтських організацій. Зокрема, виробники лікарських препаратів можуть йти на зниження ціни на препарат, за умови, якщо державні регулятивні інституції не будуть включати цей препарат у перелік референтних у процесі ціноутворення в інших країнах. Така ситуація може бути наслідком як невключення певних препаратів у перелік тих, на які поширюється реімбурсація, так і встановлення на препарати ціни, яка не цілком влаштовує споживачів. Подібно ж, конфіденційний спосіб переговорів між виробниками та фармацевтами, які займаються дистрибуцією, може спричиняти ризик у тому сенсі, що простимульовані виробниками (наприклад, через систему конфіденційних знижок) фармацевти можуть радити покупцям ті чи інші препарати, що призводить до неоптимального вибору.

Врешті, важливим аспектом функціонування системи охорони здоров'я є дистрибуція лікарських препаратів. Своєрідна інституційна пастка може виникати за умови великої різниці між вартістю лікарського препарату і часткою ціни, яка відшкодовується реімбурсацією. За таких умов виробники та постачальники охочіше виводять на ринок препарати, у яких така різниця є невисокою, а фармацевти більш охоче пропонують споживачам ті ж таки ліки, ціну яких значною мірою покриває реімбурсація [17].

Підсумуємо результати цієї розвідки. Інститут фармації становить собою складний комплекс, спрямований на виконання важливої функції – функції збереження та покращення здоров'я населення, що реалізується через надання кваліфікованої фармацевтичної допомоги [7]. Фактично сучасна фармація перетворилась у відносно автономну інституційну сферу зі складною багаторівневою структурою, який, зокрема, характеризується: створенням великих науково-дослідних установ із розроблення та апробації лікарських препаратів; створенням системи підготовки фармацевтичних кадрів у високоспеціалізованих навчальних закладах; розвитком великих фармацев-

тичних фірм та компаній; виникненням фармацевтичного ринку з усіма ринковими механізмами; його високою концентрацією; створенням потужних рекламних та маркетингових служб, які стимулюють споживання лікарських препаратів; створенням правових норм, що регулюють фармацевтичну діяльність. Відповідно до теоретико-методологічних засад неоінституціоналізму сформулюємо авторське розуміння фармації як організаційного поля: це складна, багаторівнева система, яка включає розробників, виробників, дистриб'юторів лікарських засобів, алгоритми їх постачання та відпуску, надавачів фармацевтичних послуг, їхніх споживачів та публічні інституції (державного і недержавного характеру), об'єднаних спільною інституціональною логікою та системами управління».

Отже, інститут фармації може досліджуватися так само як кожен інший соціальний інститут чи його елемент, тобто з перспективи системи ролей, які ґрунтуються на уявленнях та нормах, структурах, функціях, сталих моделях поведінки. Фармацевтичний сектор може досліджуватися з перспективи відповідей на виклики сучасних суспільств (наприклад: на зміну моделі взаємодії користувача, споживача лікарських препаратів і фармацевтичного працівника, що підвищує необхідність розвитку комунікативних навичок фармацевтичних кадрів; на вкорінені дисфункційні моделі поведінки користувачів і споживачів лікарських препаратів, зокрема, узалежнення від лікарських препаратів та самолікування; на недобросовісну діяльність виробників лікарських препаратів, які стимулюють неоптимальний вибір або споживання препаратів та ін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бондарева И. В.* Сравнительный анализ методов оценки приспособления украинских фармацевтических предприятий к изменениям внешней среды / И. В. Бондарева, И. В. Пестун, З. Б. Сакипова // Фармацевтический журнал. – 2014. – 4. – С. 4–8.
2. *Гетьман М. А.* Клиентоориентированная концепция контроля процессов оказания медицинской помощи в России / М. А. Гетьман // Московские аптеки. – 2006. – № 9 (153). – С. 25–30.
3. *Головаха Е. И.* Законы институциональных изменений / Е. И. Головаха // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – 2011. – № 948. – Вип. 28. – С. 9–14.
4. *Дадус Н. Н.* Социальный статус и престиж фармацевтического работника в современном обществе / С. В. Кононова, Е. В. Шаленкова, С. В. Петрова, Л. С. Богомолова // Фармация. – 2011. – № 1 (14). – С. 15–20.
5. *Полтерович В. М.* Институциональные ловушки: есть ли выход? // Общественные науки и современность. – 2004. – № 3. – С. 5–16.
6. *Скотт Р.* Конкурирующие логики в здравоохранении: профессиональная, государственная и менеджериальная / Р. Скотт // Экономическая социология. – 2007. – Т. 8, № 1. – С. 27–45.
7. *Ткаченко Н. О.* Теоретико-методологічні аспекти формування комунітарної соціальної відповідальності у фармації / Н. О. Ткаченко, Л. М. Унгурян, Б. П. Громовик // Одеський медичний журнал. – 2014. – № 5. – С. 34–38.
8. *Щудло С. А.* Вища освіта у пошуку якості : quo vadis: монографія / Світлана Щудло. – Харків – Дрогобич : Коло, 2012. – 340 с.

9. *Bennett S.* Public-private roles in the pharmaceutical sector implications for equitable access and rational drug use / S. Bennett, J. Quick, G. Velasquez // DAP Series no. 5, WHO/DAP/97.12, World Health Organization, Action Programme on Essential Drug. 1997 [Available at: <http://archives.who.int/tbs/global/whozip27e.pdf> [доступ: 20.09.2017].
10. *Cockburn R.* The global threat of counterfeit drugs: why industry and governments must communicate the dangers / P. N. Newton, E. K. Agyarko, D. Akunyili, N. J. White // PLoS Medicine, 2005, Vol. 2(4). e100. doi:10.1371/journal.pmed.0020100
11. *Corstjens M.* Marketing Strategy in the Pharmaceutical Industry, 1991. Chapman & Hall, London.
12. *Cylus J.* Understanding the role of governance in the pharmaceutical sector: from laboratory to patient / J. Cylus, O. Wouters, P. Kanavos. In Strengthening Health System Governance Better policies, stronger performance. Ed by Scott L. Greer, Matthias Wismar and Josep Figueras. Open University Press. McGraw-Hill Education. 2016. Pp. 173–187.
13. *Grychtol A.* Dylematy moralne polskich aptekarzy / A. Grychtol // Annales. Etyka w życiu gospodarczym. 2015, vol. 18, nr 1. [Available at: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2015/2015_1_grychtol_103_113.pdf 20.09.2017]
14. *Hansl B.* Good governance dimensions in mandatory health insurance: a framework for performance assessment / B. Hansl, A. Rahola, P. Gottret, A. Leive // W. D. Savedoff and P. Gottret (eds) Governing Mandatory Health Insurance: Learning from Experience. 2008. Washington, DC: World Bank.
15. Interpol operatons. [Available at: <https://www.interpol.int/Crime-areas/Pharmaceutical-crime/Operations/Operation-Pangea>. 20.09.2017]
16. *Islam M.* Health Systems Assessment Approach: A How-To Manual. Submitted to USAID in collaboration with Health Systems 20/20 / M. Islam // Partners for Health Reform, Quality Assurance Project, and Rational Pharmaceutical Management, Arlington, 2008. VA: Management Sciences for Health.
17. *Kanavos P.* Pharmacy discounts on generic medicines in France: is there room for further efficiency savings? / D. Taylor, P. Kanavos // Current Medical Research and Opinion, 2007. 23(10): Pp. 2467–76.
18. *Lewicka-Strzalecka A.* Konflikt interesów / A. Lewicka-Strzalecka // Etyka, biznes, odpowiedzialność, red. W. Gasparski, WN PWN, Warszawa 2012, s. 249.
19. *Lewis M.* Governance in Health Care Delivery: Raising Performance. Washington / M. Lewis, G. Pettersson // DC: World Bank. 2009.
20. *Matchar D. B.* Evidence-based guidelines for migraine headache / Matchar D. B., Young W. B., Rosenberg J. H. et al. // Neurology. 2000. Vol. 55: P. 754–762.
21. *Polak P.* Nowe formy korupcji / P. Polak // Analiza socjologiczna sektora farmaceutycznego w Polsce, Nomos, Kraków, 2011.
22. *Rawlins M.* Cutting the cost of drug development?, Nature Reviews Drug Discovery, 2004. No. 3, s. 360–364.
23. *Resnik D. B.* Responsible Conduct of Research / D. B. Resnik, E. Shamoo // 2nd Ed., Oxford University Press 2009, s. 190.
24. *Scott R.* Conceptualizing Organizational Fields: Linking Organizations and Societal Systems / R. Scott // Systemrationalitat und Partialinteresse. Ed. by H. Derlien, U. Gerhardt, F. Scharpf. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1994. – P. 207–208.
25. *Scott R.* Institutions and Organizations / R. Scott // 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 2001: 48.
26. Tufts Managed Care Institute, 2001, Patient Education and the Internet, Boston, [Available at: <http://www.thci.org/downloads/ttopic91001.pdf>. 10.09.2017].

REFERENCES

1. Bondareva I. V. *Sravnitelnyj analiz metodov ocenki prispособleniya ukrainskih farmacev-ticheskikh predpriyatij k izmeneniyam vneshnej sredy* [Comparative analysis of methods for assessing the adaptation of Ukrainian pharmaceutical enterprises to changes in the external environment] *Farmaceuticheskij zhurnal* 4, 2014. – P. 4–8. [in Russian]
2. Getman M. A. *Klientoorientirovanaya koncepcyya kontrolya processov okazaniya medicyn-skoj pomoshchi v Rosii* [The client-oriented concept of monitoring the processes of rendering medical care in Russia] *Moskovskije apteki*. – 2006, № 9 (153). – P. 25–30. [in Russian]
3. Golovakh Je. I. *Zakony institucyonalnyh izmenenij* [Laws of Institutional Change] *Visnyk Harkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya «Sociologichni doslidzennya suchasnogo suspilstv: metodologiya, teoriya, metody»*. – 2011. – № 948. – Vyp. 28. – P. 9–14. [in Ukrainian]
4. Dadus N. N. *Socyalnyj status i prestizh farmacevticheskogo rabotnika v sovremennom obshchestve* [The social status and prestige of a pharmaceutical worker in modern society] *Farmacyya*. – 2011. – №1(14). – P. 15–20. [in Russian]
5. Polterovych V. M. *Institucyonalnye lovushki: jest li vyhod?* [Institutional traps: is there a way out?] *Obshchestvennyje nauki i sovremennost*. 2004. № 3. – P. 5–16.
6. 35. Skot R. *Konkurirujushchije logiki v zdavoohraneniji: professionalnaya, gosudarstvennaya i menedzerialnaya* [Competing logic in health care: professional, state and managerial] *Ekonomicheskaya socyologiya*. 2007. Vol. 8., No1. – P. 27–45.
7. Tkachenko N. O. *Teoretiko-metodologichni aspekty formuvannya komunitarhoj socialnoji vidpovidalnosti u farmaciji* [Teoretiko-metodologicheskii Aspect form-vannya komunitarno sotsialnogo vidpovidantnosti u pharmacies] *Odeskyj medychnyk zhurnal*. – 2014. – №5. – P. 34–38.
8. Shchudlo S. A. *Vyshcha osvita u poshuku yakosti* [Higher education in quality search]. – Drohobych: Kolo, 2012. – 340 p.
9. Bennett S., J. Quick, G. Velasquez *Public-private roles in the pharmaceutical sector implications for equitable access and rational drug use*. DAP Series no. 5, WHO/DAP/97.12, World Health Organization, Action Programme on Essential Drug. 1997 [Available at: <http://archives.who.int/tbs/global/whozip27e.pdf> 20.09.2017].
10. Cockburn R., P. N. Newton, E. K. Agyarko, D. Akunyili, N. J. White *The global threat of counterfeit drugs: why industry and governments must communicate the dangers*. *PLoS Medicine*, 2005, Vol. 2(4). e100. doi:10.1371/journal.pmed.0020100.
11. Corstjens M. *Marketing Strategy in the Pharmaceutical Industry*, 1991. Chapman & Hall, London.
12. Cylus J. O. Wouters, P. Kanavos. *Understanding the role of governance in the pharmaceutical sector: from laboratory to patient*. In *Strengthening Health System Governance Better policies, stronger performance*. Ed by Scott L. Greer, Matthias Wismar and Josep Figueras. Open University Press. McGraw-Hill Education. 2016. P. 173–187.
13. Grychtol A. *Dylematy moralne polskich aptekarzy*. *Annales. Etyka w zyciu gospodarczym*. 2015, vol. 18, nr 1. [Available at: http://www.annaesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2015/2015_1_grychtol_103_113.pdf 20.09.2017]
14. Hansl B., A. Rahola, P. Gottret, A. Leive. *Good governance dimensions in mandatory health insurance: a framework for performance assessment*. In B. Hansl, W. D. Savedoff and P. Gottret (eds) *Governing Mandatory Health Insurance: Learning from Experience*. 2008. Washington, DC: World Bank.
15. *Interpol operators*. [Available at: <https://www.interpol.int/Crime-areas/Pharmaceutical-crime/Operations/Operation-Pangea>. 20.09.2017]

16. *Islam M.* Health Systems Assessment Approach: A How-To Manual. Submitted to USAID in collaboration with Health Systems 20/20. Partners for Health Reform, Quality Assurance Project, and Rational Pharmaceutical Management, Arlington, 2008. VA: Management Sciences for Health.
17. *Kanavos P., D. Taylor,* Pharmacy discounts on generic medicines in France: is there room for further efficiency savings? *Current Medical Research and Opinion*, 2007. 23(10): P. 2467–76.
18. *Lewicka-Strzalecka A.* Konflikt interesów. Etyka, biznes, odpowiedzialność, red. W. Gasparski, WN PWN, Warszawa 2012, s. 249.
19. *Lewis M., G. Pettersson* Governance in Health Care Delivery: Raising Performance. Washington. DC: World Bank. 2009.
20. *Matchar D. B. Young W. B., Rosenberg J. H. et al.* Evidence-based guidelines for migraine headache. *Neurology*. 2000. Vol. 55: P. 754–762.
21. *Polak P.* Nowe formy korupcji. Analiza socjologiczna sektora farmaceutycznego w Polsce, Nomos, Kraków, 2011.
22. *Rawlins M.* Cutting the cost of drug development? *Nature Reviews Drug Discovery*, 2004. No. 3, s. 360–364.
23. *Resnik D. B. E. Shamo* Responsible Conduct of Research. 2nd Ed., Oxford University Press 2009, s. 190.
24. *Scott R.* Conceptualizing Organizational Fields: Linking Organizations and Societal Systems. *Systemrationalitat und Partialinteresse*. Ed. by H. Derlien, U. Gerhardt, F. Scharpf. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 1994. – P. 207–208.
25. *Scott R.* Institutions and Organizations. 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. 2001: 48.
26. Tufts Managed Care Institute, 2001, Patient Education and the Internet, Boston, [Available at: <http://www.thci.org/downloads/ttopic91001.pdf>. 10.09.2017].

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2017

Прийнята до друку 20.11.2017

NEO-INSTITUTIONALISM AS A THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS FOR THE SOCIOLOGICAL RESEARCH OF PHARMACY

S. G. Knyazkov

National Pedagogical University named after M.P. Drahomanov.

Pyrogova Str. 9, Kyiv, Ukraine, 01601,

knyazkov_s_g@ukr.net

In the context of the institutional reforms that are ongoing in Ukrainian society, one of the most controversial and at the same time necessary is the reform of the health care institution. The need for a radical revision of the principles of the functioning of this institution is combined with numerous risks, which actualizes the problem of sociological evaluation of measures to reform the health care institution in general and its component. The neoliberal vector of reforms envisages, among other measures for optimizing public administration

and public expenditures, a gradual transition to a model of insurance medicine. The threats associated with the introduction of insurance medicine, in particular, in pharmaceutical activities, require sociological monitoring of social situations, needs and concerns of key agents involved in the problem situation: professional pharmacists, drug users, pharmaceutical manufacturers, and pharmaceutical industry representatives. The problem of sociological support of pharmaceutical activity, and its sociological evaluation, in particular, covers a range of issues such as: an assessment of the effectiveness of measures to reform pharmaceutical sector by various groups of involved agents; vision of the risks of transition to the insurance system of medicine and pharmaceutical activities, in particular; degree of satisfaction of drug users.

It should be noted that in the process of pharmaceutical activity there are contradictions of ethical, financial and professional motives. Due to competition in the pharmaceutical market, its further commercialization is compounded by the financial and economic, not the medical and social component of pharmaceutical activity, which exacerbates the moral risks associated with this area of activity. The risk of unscrupulous behavior by pharmacists and even drug manufacturers is increasing; the problem of self-treatment, the presence of counterfeit medicines on the market, asymmetric information on medicinal products and their non-optimal consumer choice remains an acute problem. This, in turn, actualizes the sociological perspective on evaluation of pharmaceutical sector functioning.

Key words: neo-institutionalism, pharmacy, evaluation.

ГЛОБОЛОКАЛЬНИЙ ВИМІР У КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

О. Г. Конончук

*Рівненський державний гуманітарний університет,
вул. Пластова, 31, каб. 229, 33028,
Alexander.Kononchuk.USA@gmail.com*

У статті розглянуто глоболокальний вимір у концепції сталого розвитку суспільства та наведено компаративний аналіз сталого розвитку регіонів світу й окремих держав, здійснено крос-темпоральне порівняння від глобального до локальних рівнів. Автор наводить хронологічну послідовність формування концепції сталого розвитку суспільства, в якій головну роль відіграла Організація Об'єднаних Націй і низка постанов та декларацій, прийнятих Генеральною Асамблеєю, починаючи з другої половини ХХ ст. У роботі представлена еволюція концепції сталого розвитку від суто екологічних та економічних трактувань до плумачення сталого розвитку як комплексної системи, яка охоплює екологічний, економічний та соціальний індикатори. Також у статті наведені трактування категорії сталого розвитку як закордонних, так і вітчизняних науковців.

Особливу увагу автор зосереджує на індексах та індикаторах сталого розвитку суспільства, що дає змогу виміряти рівень сталості суспільства (суспільств) від глобального до локального рівнів. Для проведення глоболокального вимірювання сталого розвитку автор використовує два індекси – «Індекс сталості суспільства» (The Sustainable Society Index) та «Індекс сталого розвитку» (Sustainable Development Index) регіонів України. За допомогою першого індексу здійснюється вимірювання сталості суспільства на глобальному, регіональному (за регіонами світу) та національному рівнях, представлений рейтинг країн та регіонів світу, а також динаміка змін сталості суспільства на різних рівнях протягом десятирічного періоду. Другий індекс використовується для дослідження сталого розвитку регіонів України та наводиться рейтинг адміністративно-територіальних одиниць вищого рівня.

Ключові слова: сталий розвиток, концепція сталого розвитку суспільства, Організація Об'єднаних Націй (ООН), індикатор сталого розвитку, індекс сталого розвитку, «Індекс сталості суспільства» (Sustainable Society Index), «Індекс сталого розвитку» (Sustainable Development Index).

Проблематика дослідження та аналіз останніх джерел і публікацій. У рамках діяльності міжнародних структур та організацій, зокрема ООН, укладено низку міжнародних договорів, постанов і декларацій, спрямованих на вирішення проблем сталого розвитку суспільства. Найбільш важливе значення мають такі міжнародні договори: Декларація Конференції ООН з проблем довкілля (Стокгольм, 1972 р.); Доповідь Всесвітньої комісії з питань довкілля і розвитку (Нью-Йорк, 1987 р.); Декларація з довкілля і розвитку (Ріо-де-Жанейро, 1992 р.); Декларація тисячоліття ООН (Нью-Йорк,

2000 р.); Йоганнесбурзька декларація зі сталого розвитку (Йоганнесбург, 2002 р.); Резолюція ГА ООН «Перетворення нашого світу: порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» (Нью-Йорк, 2015 р.) та низка менш значущих договорів і декларацій, прийнятих, починаючи з 1968 року і понині.

Науково-практичне значення мають публікації таких закордонних та вітчизняних авторів, як Донелла Медоуз, Денніс Медоуз, Гру Гарлем Брундтланд, Йорген Рандерс, Вільям Бернс, М. Стронгон, Г. Кларк, Х. Босель, К. Снеддон, Р. А. Перелет, Б. Е. Большаков, С. А. Рябкова, А. Садовенко, М. М. Моїсеев, А. Д. Урсул, В. Оленев, М. З. Згуровський, А. Д. Гвішіані, В. І. Куценко, Р. В. Войтович та інші.

Формування концепції сталого розвитку. Передумови формування концепції сталого розвитку беруть свій початок з кінця 1960-х рр. У цей час відбувається відхід від трактування поняття «розвиток» тільки як економічного зростання. Розширення цієї ідеї відбувається внаслідок насамперед соціальної проблематики. Протягом кінця ХХ – початку ХХІ ст. Організацією Об'єднаних Націй був зроблений значний внесок у розроблення та впровадження у практику концепції сталого розвитку суспільства (див. табл. 1).

Концептуально поняття сталого розвитку було сформовано Міжнародною комісією з довкілля та розвитку (МКДР) на чолі з прем'єр-міністром Норвегії Гру Гарлем Брундтланд у 1987 р. «Сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, але не ставить під загрозу можливості майбутніх поколінь задовольняти свої особисті потреби», – зазначається в доповіді [16].

Міжнародний інститут сталого розвитку (IISD), заснований у 1990 році, (Вінніпег, Канада), у такий спосіб визначає обговорюваний термін: «Сталий розвиток означає об'єднання єдиного довкілля, економічної ефективності та добробуту народів».

Рада Землі (Сан-Хосе, Коста-Рика), створена для реалізації рішень Конференції ООН в Ріо-де-Жанейро відразу ж після її проведення на чолі з головою Морісом Стронгом, генеральним секретарем цієї конференції, дає таку формулу Ради Землі: «Стійкість – проста концепція: жити по справедливості в рамках наших екологічних можливостей». У змісті терміна виділені два імперативи: імператив екологічної стійкості та імператив соціально-економічної стійкості. Імператив екологічної стійкості – жити в рамках наших можливостей: вимоги людства до природи перевершують її можливості, людство повинно зменшити споживання природних ресурсів, скорочуючи своє споживання і виробництво відходів. Імператив соціально-економічної стійкості – жити по справедливості: послаблювати руйнівні конфлікти між поколіннями, породжені величезною соціальною й економічною нерівністю; жити з економічних засобів [12].

Ідеї сталого розвитку знаходять втілення в політиці багатьох країн світу. У Норвегії була підготовлена доповідь парламенту за рішеннями КДР і їх наслідків для країни. У Швеції був прийнятий закон про виконання рішень КДР. Великобританія і США розробили стратегії сталого розвитку (1994 та 1996 року відповідно). Закон про сталий розвиток ухвалено в Естонії. У Нідерландах був прийнятий «План дій – стійкі Нідерланди» (1992 р.), у Канаді – «Програма дій для суспільства», в Австралії – «Національна стратегія екологічно сталого розвитку» (1992 р.). П'ята екологічна програма Європейського Союзу була названа «Стратегія на шляху до стійкості». У 1997 році прийнята «Стратегія сталого розвитку Білорусі». Екологічні фактори були включені в макроекономічні стратегії низки країн, таких, як Коста-Рика і Гамбія, Китай, Танзанія та інші. В деяких країнах почали розробляти локальні порядки денні на ХХІ століття [3, с. 94–95].

Таблиця 1

Формування концепції сталого розвитку в рамках діяльності ООН

Дата	Місце проведення / прийняття	Подія	Документ
13 травня 1968 р.	Тегеран (Іран)	Міжнародна конференція з прав людини	Відозва Тегеранської конференції [4]
5–16 червня 1972 р.	Стокгольм (Швеція)	Конференція ООН з проблем довкілля	Декларація Конференції ООН з проблем довкілля [5]
1979–1980 рр.	Ашгабат (Туркменістан)	Конференція міжнародного союзу охорони природи	Всесвітня стратегія охорони природи [13, с. 13]
4 серпня 1987 р.	Нью-Йорк (США)	Резолюція 42 сесії Генеральної Асамблеї ООН (пункт 83 є попереднього порядку денного)	«Наше спільне майбутнє» – Доповідь Всесвітньої комісії з питань довкілля і розвитку A/42/427 (доповідь Г. Г. Брундтланд) [11; 16]
3–14 серпня 1992 р.	Ріо-де-Жанейро (Бразилія)	Конференція ООН з довкілля і розвитку	Ріо-де-Жанейрська Декларація з довкілля і розвитку; Порядок денний на XXI століття
18 вересня 2000 р.	Нью-Йорк (США)	Резолюція 55 сесії Генеральної Асамблеї ООН (пункт 60 в порядку денного)	Декларація тисячоліття ООН [7]
26 серпня – 4 вересня 2002 р.	Йоганнесбург (ПАР)	Йоганнесбургська конференція на вищому рівні (або Всесвітній саміт) зі сталого розвитку (WSSR) [8]	Йоганнесбургська декларація зі сталого розвитку. План виконання рішень Всесвітньої зустрічі на вищому рівні зі сталого розвитку. [9; 14]
25 вересня 2015 р.	Нью-Йорк (США)	Резолюція 70 сесії Генеральної Асамблеї ООН (пункти 15 і 116 порядку денного)	Резолюція «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» [17]

Сьогодні існує багато суперечностей у трактуванні поняття «сталий розвиток», особливо актуально це проявляється в українських та російських наукових колах, де існує проблема з правильністю перекладу самого поняття. Словосполучення «сталий розвиток» є перекладом з англійської мови: «sustainable development» дослівно означає «розвиток, що підтримується» (sustain – опора, підтримувати, витримувати). Російською мовою перекладається як «устойчивое развитие».

Деякі фахівці вважають, що більш вдалим перекладом українською мовою було б словосполучення «стійкий розвиток», бо «сталий», «усталений» означає скоріше «стабільний», «постійний», тобто здатний не змінюватися або підтримувати певні (стабільні) темпи руху, поступу, розвитку (російською – установившийся). Але саме явище, про яке йдеться, містить у собі ще один аспект – здатність утримувати рівновагу, не падати, не руйнуватися, і він, цей аспект, більш адекватно характеризується словосполученням «стійкий розвиток» [19].

Подібні проблеми з перекладом поняття сталого розвитку є також і в російській мові, що викликає чимало критичних зауважень. Про це писав ще М. М. Моїсєєв, відзначаючи, що «переклад терміна «sustainable development» є деяким лінгвістичним нонсенсом, бо сталого розвитку просто не може бути – якщо є розвиток, то стабільності вже немає», і давав визначення «sustainable development» як «розвитку, допустимого або узгодженого зі станом природи і її законами» [10]. Потрібно зазначити, що переклад поняття «sustainable development» як на українську («сталий розвиток»), так і на російську мову («устойчивое развитие») має подібне значення, тому розглядати український та російський варіанти перекладу можна як єдину категорію.

М. Моїсєєв додає, що «сталий розвиток слід інтерпретувати як стратегію перехідного періоду до такого стану природи й суспільства, яке можна схарактеризувати терміном «коеволюція», або «епоха ноосфери». При цьому збереження біосфери – умова необхідна, але недостатня» [10].

А. Урсул і А. Романович подають таке визначення сталого розвитку: сталий розвиток – це: 1) розвиток людства, при якому задоволення потреб теперішніх поколінь здійснюється без шкоди для майбутніх поколінь; 2) керований збалансований розвиток суспільства, що не руйнує своєї природної основи та забезпечує безперервний прогрес цивілізації. Поява нової стратегії розвитку означає поступове з'єднання в єдину самоорганізовану систему економічної, екологічної та соціальної сфер діяльності. У цьому сенсі сталий розвиток має характеризуватися економічною ефективністю, біосферною сумісністю і соціальною справедливістю при загальному зниженні антропогенного тиску на біосферу [21].

Б. Большаков зазначає: «Сталий розвиток країни (суспільства) – це хронологічно цілісний процес збереження неспадаючих темпів зростання виробленої країною корисної потужності при незбільшенні темпів споживаної країною потужності, скорочення потужності внаслідок відтворюваних проривних технологій і підвищення якості управління на всіх рівнях: світ в цілому, країна, суб'єкти (регіони країни), галузі, муніципалітети, підприємства, людина» [2, с. 78].

Індекси та індикатори сталого розвитку суспільства. Важливою проблемою на шляху втілення концепції сталого розвитку є формування системи вимірювання для кількісного та якісного оцінювання цього дуже складного процесу. Головними вимо-

гами до зазначеної системи є її інформаційна повнота та адекватність представлення взаємопов'язаної тріади складових сталого розвитку. В цьому напрямі зараз працюють як відомі міжнародні організації, так і численні наукові колективи, але її однозначного узгодження поки що не досягнуто.

Згідно з МВСП – Метрикою вимірювання сталого розвитку (Sustainable Development Gauging Matrix, SDGM), – сталий розвиток оцінюється за допомогою відповідного індексу в просторі трьох вимірів: економічного, екологічного та соціального + інституціонального. Цей індекс є вектором, норма якого визначає рівень сталого розвитку. Одним із важливих застосувань МВСП є використання фактичних даних про індикатори та параметри сталого розвитку для конкретного регіону з метою прийняття цілеспрямованих рішень на різних рівнях керування.

Індикатор сталого розвитку – це кількісне представлення певної характеристики одного або більше вимірів розвитку, яке дозволяє оцінювати прогрес, підвищувати ефективність і дієвість прийняття рішень за допомогою спрощення й агрегування великих обсягів інформації й надання її у вигляді такої «згортки» особам, що приймають рішення.

Якщо індикатори агреговані, результируючий показник називають індексом. Індекс сталого розвитку – це інтегрована оцінка, яка враховує сумісно усі три виміри сталого розвитку, і тим самим відображає взаємозв'язок між трьома нероздільними сферами розвитку суспільства – економічною, екологічною та соціальною [20, с. 6, 14].

Світовою спільнотою активно розробляються і вже впроваджені декілька варіантів оцінки показників сталого розвитку, серед яких найбільш відомими є «Індекс людського розвитку», «Індекс глобальної конкурентоспроможності», «Індекс економічної свободи», «Індекс екологічної сталості» та «Індекс якості життя».

«Індекс людського розвитку» (Human Development Index) розроблений Програмою розвитку ООН. Три елементи індексу відображають довге і здорове життя, знання й належний рівень життя, а показники – очікувану тривалість життя, рівень грамотності дорослого населення, сукупну загальну частку осіб, що навчаються, й ВВП на душу населення [32].

«Індекс глобальної конкурентоспроможності», або «Індекс конкурентоспроможного розвитку» (Global Competitiveness Index, GCI), розроблений організаторами Всесвітнього економічного форуму. Індекс формується на основі трьох груп комплексних індикаторів: індикаторів базових вимог, індикаторів підвищення ефективності, індикаторів інноваційності [31].

«Індекс економічної свободи» (Index of Economic Freedom) розроблений інтелектуальним центром фундації «Heritage Foundation». Індекс формується на основі індикаторів рівня свободи бізнесу, свободи торгівлі, фіскальної свободи, залежності економіки від уряду, монетарної свободи, інвестиційної свободи, фінансової свободи, свободи від корупції, свободи ринку праці та прав на приватну власність. Індикатори обчислюються на основі експертного оцінювання та використання різноманітних даних економічного, фінансового, законодавчого та адміністративного характеру [22].

«Індекс екологічної сталості» (Environment Sustainability Index, ESI) кількісно визначає ймовірність, з якою країна буде здатна зберігати наявні ресурси навколишнього природного середовища протягом наступних десятиліть, та оцінює потенціал країни щодо запобігання екологічній деградації. Індекс побудований за схемою «змінна (76) – індикатор (21) – компонент (5) – індекс» [23].

«Індекс якості життя» (The Quality of Life Index) – комбінований показник, який вимірює досягнення країн світу й окремих регіонів з точки зору їхньої здатності забезпечити своїм жителям щасливе життя. Розрахований за методикою британського дослідницького центру «The Economist Intelligence Unit» (аналітичний підрозділ британського журналу «Economist»), заснований на комбінації статистичних даних і результатів опитувань громадської думки з відповідних країн. «Індекс якості життя» вимірює результати суб'єктивної задоволеності життям громадян різних країн світу і співвідносить їх з об'єктивними показниками соціально-економічного добробуту жителів цих країн. Індекс складається на основі статистичного аналізу дев'яти ключових показників, які відображають різні аспекти якості життя населення: здоров'я, сімейне життя, громадське життя, матеріальний добробут, політична стабільність і безпека, клімат і географія, рівень зайнятості, політичні та громадянські свободи, гендерна рівність [30].

На думку автора, всі вищеперераховані індекси хоча й орієнтовані на дослідження сталого розвитку суспільства, проте не мають комплексного характеру в дослідженні всіх трьох компонентів сталого розвитку: економічного, соціального та екологічного. Особливу увагу автор приділяє «Індексу сталості суспільства» (The Sustainable Society Index), який синтезує такі елементи, як добробут людини, економічний та екологічний добробут, які відповідають трьом принципам сталого розвитку.

«Індекс сталості суспільства» був розроблений з ініціативи нідерландських дослідників Герта ван де Керка та Артура Мануеля під егідою Фонду сталого суспільства в 2006 р. До редакційної ради видання індексу входять представники низки дослідницьких центрів і незалежні міжнародні експерти, які використовують у своїй роботі аналітичні розроблення і статистичні дані міжнародних організацій. Аудит, структура і методологія індексу проводиться Об'єднаним дослідницьким центром Європейської комісії.

Індекс вимірює досягнення країни з точки зору стійкості суспільного розвитку за шкалою від 0 (найменший ступінь стійкості) до 10 (найвищий ступінь стійкості) на основі 21 показника (індикатора) в трьох вищевказаних базових категоріях [18].

Ще однією універсальною особливістю індексу є те, що він застосовується не тільки щодо суспільств (держав), але й до регіонів світу та всієї глобальної системи. Розглянемо далі «Індекс сталості суспільства» від глобального до національних рівнів.

Станом на 2016 рік найкращий показник сталості представлено в категорії «добробут людини», він складає 6,4 бали з 10 можливих. Екологічний та економічний добробут мають дещо гірші показники – 4,8 і 4,6 бали відповідно.

Щодо сталого розвитку регіонів світу, то в певних категоріях ситуація може здатися дещо неочікуваною. Приміром, станом на 2016 рік у категорії економічного добробуту перші три позиції займають регіони Східної Африки, Західної Африки та Центральної

Африки. Такі показники можна схарактеризувати загальним рівнем економічного зростання протягом поточного року на фоні решти регіонів світу. Як зазначається в доповіді за 2016 рік, найменш сприятливими для економічного зростання є країни з високим рівнем людського добробуту, оскільки показники економічного росту в них досягли високого рівня і на фоні інших регіонів зростання з кожним роком є все повільнішим [28]. Щодо динаміки економічного зростання протягом 2006–2016 рр., то ситуація є кардинально протилежною – перші позиції тут займають регіони Південної Європи, Північної Європи та Західної Європи. Такі показники можна схарактеризувати значним економічним зростанням протягом 10-річного періоду [24; 25; 26; 27; 28].

Топ регіонів добробуту людини за 2016 рік виглядає так: Західна Європа, Північна Європа, Південна Європа. Розподілення регіонів у першій трійці залежить від рівня нинішнього економічного добробуту і не залежить від економічного росту протягом останнього року на фоні інших регіонів [28]. Динаміка зростання добробуту людини в період з 2006 до 2016 рр. має дещо інший вигляд: Південна Азія, Південно-Східна Азія, Східна Африка. Ці регіони мають перші місця в рейтингу завдяки найшвидшій динаміці зростання цього показника на фоні інших регіонів світу, хоча і мають не дуже високі показники станом на 2016 рік [24; 25; 26; 27; 28].

У першій трійці за рівнем екологічному добробуту станом на 2016 рік перебувають регіони Океанії (включно з Австралією та Новою Зеландією), Центральної Америки, Західної Європи. Саме в цих регіонах зростання екологічного добробуту протягом року було найбільш помітним [28]. Щодо першої трійки протягом десятирічного періоду (2006–2016 рр.), то ситуація є такою: Західна Африка, Південно-Східна Азія, Центральна Азія.

Перейшовши від глобального до регіонального та від регіонального до національних індексів сталості суспільства, наведемо рейтинг першої п'ятірки держав за трьома основними категоріями «Індексу сталості суспільства» з 2006 до 2016 рр. (див. табл. 2) [24; 25; 26; 27; 28].

Таблиця 2

Національний рейтинг сталості суспільства (2006–2012 рр.)

Держава	2006	2008	2010	2012	2014	2016
	Рейтинг добробуту людини					
<i>I</i>	2	3	4	5	6	7
Фінляндія	1	1	1	1	1	1
Німеччина	9	10	2	5	4	2
Нідерланди	7	5	5	6	3	3
Ісландія	4	15	14	2	2	4
Норвегія	5	4	4	4	5	5
Рейтинг екологічного добробуту						
Бурунді	30	24	12	3	1	1
Того	15	5	2	44	23	2
Лесото	1	4	4	2	3	3
ЦАР	8	7	9	4	6	4
Уганда	12	13	14	7	7	5

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Рейтинг економічного добробуту						
Норвегія	6	4	2	1	1	1
Швейцарія	1	1	1	2	2	2
Естонія	10	3	5	13	5	3
Швеція	3	6	3	4	3	4
Чехія	11	9	6	8	7	5

Для здійснення порівняльного дослідження проведемо крос-темпоральний аналіз «Індексу сталості суспільства» для України за трьома базовими категоріями за період з 2006 до 2016 рр. (див. рис. 1).

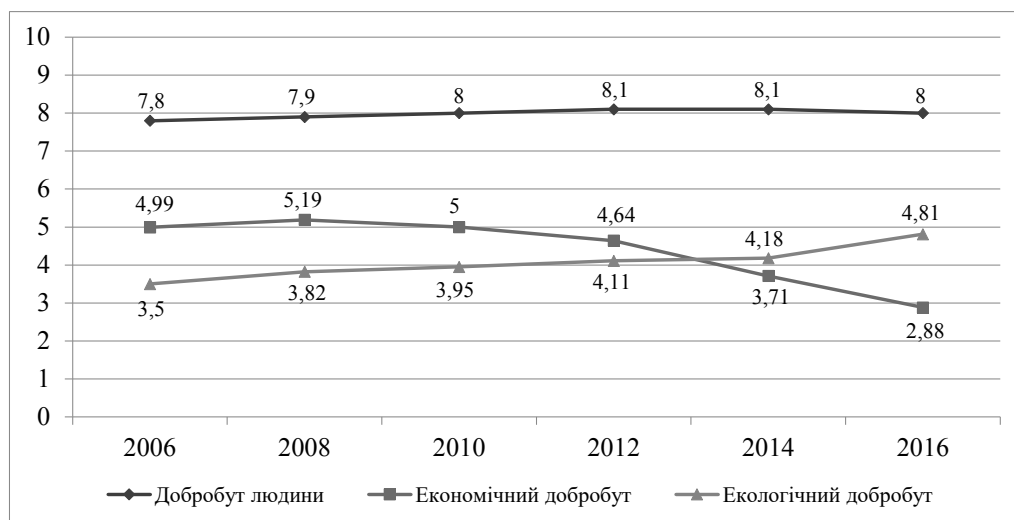


Рис. 1. Динаміка сталого розвитку України

Як можна побачити з графіка, Україна має найкращі показники сталого розвитку у категорії «добробут людини» (8 балів), протягом 2014–2016 рр. цей показник погіршився лише на 0,1 бала і характеризується як доволі високий.

Економічний добробут України станом на 2016 рік перебуває на дуже низькому рівні та має динаміку постійного спаду. Якщо в 2006 році показник сталості економіки становив близько 5 балів, то починаючи з 2012 і до 2016 рр. він знизився більше ніж на 2 бали, що є дуже поганим результатом у порівнянні з іншими державами.

Найбільш сприятлива динаміка росту спостерігається в категорії екологічного добробуту, протягом 2006–2016 рр. цей показник покращився на 1,31 бала. Сама категорія екологічного добробуту має середні показники сталого розвитку [29].

Особливої уваги заслуговують субнаціональні (регіональні) вимірювання сталого розвитку в світі та в Україні зокрема. Автор використовує «Індекс сталого розвитку»

(Sustainable Development Index) регіонів України, розроблений колективом науковців під керівництвом академіка НАН України М. З. Згуровського.

Індекс сталого розвитку регіонів України містить: 1) компоненту якості життя – інтегровану оцінку, яка враховує сумісно усі три виміри сталого розвитку і тим самим відображає зв'язок між трьома нероздільними сферами розвитку суспільства: економічною, екологічною та соціальною; 2) компоненту безпеки життя – інтегровану оцінку, яка враховує сумарний вплив сукупності загроз на сталий розвиток регіонів [1, с. 10].

Наведемо рейтинг сталого розвитку регіонів України станом на 2013 р. (див. табл. 3)

Таблиця 3

Рейтинг сталого розвитку регіонів України (2013 р.)

Адміністративно-територіальна одиниця	Рейтинг сталого розвитку	Значення індексу сталого розвитку	Адміністративно-територіальна одиниця	Рейтинг сталого розвитку	Значення індексу сталого розвитку
м. Київ	1	1,3395	Вінницька обл.	15	0,9394
Чернівецька обл.	2	1,0527	Черкаська обл.	16	0,9206
Івано-Франківська обл.	3	1,0105	Житомирська обл.	17	0,9191
Закарпатська обл.	4	1,0039	Запорізька обл.	18	0,8815
Тернопільська обл.	5	1,0037	АР Крим	19	0,8732
Львівська обл.	6	0,9919	Сумська обл.	20	0,8689
Київська обл.	7	0,9888	Одеська обл.	21	0,8619
Полтавська обл.	8	0,9795	Донецька обл.	22	0,8578
Хмельницька обл.	9	0,9692	Дніпропетровська обл.	23	0,8549
Харківська обл.	10	0,9673	Херсонська обл.	24	0,8516
Рівненська обл.	11	0,9625	Миколаївська обл.	25	0,8424
м. Севастополь	12	0,9527	Луганська обл.	26	0,8295
Чернігівська обл.	13	0,9485	Кіровоградська обл.	27	0,8275
Волинська обл.	14	0,9450			

Усі 27 адміністративно-територіальних одиниць розділені на чотири кластери залежно від рівня сталого розвитку. До групи з найвищим рівнем сталості належить м. Київ. Далі йде група з високим рівнем сталого розвитку, до якої входять Чернівецька, Івано-Франківська, Закарпатська, Тернопільська, Львівська, Київська та Полтавська області. До кластеру з середнім розвитком відносяться Хмельницька, Харківська, Рівненська, Чернігівська, Волинська, Вінницька, Черкаська, Житомирська області та м. Севастополь. І до групи з низьким рівнем сталого розвитку ввійшли Запорізька, Сумська, Одеська, Донецька, Дніпропетровська, Херсонська, Миколаївська, Луганська, Кіровоградська області та АР Крим [1, с. 38–39].

Отже, індекси та індикатори сталого розвитку на сьогодні використовуються для вимірювання рівня сталого розвитку суспільства на глобальному, регіональному, національному та субнаціональному рівнях. Дослідження проводяться як міжнародними, так і національними організаціями та установами, що дає можливість виміряти сталий розвиток на різних рівнях.

Висновки. Концептуального узагальнення дослідження, пов'язані зі сталим розвитком, набувають у другій половині ХХ ст., актуальність та науково-практичне значення підсилюється участю ООН у розробленні цілей і завдань, необхідних для досягнення сталого розвитку глобального суспільства й окремих суспільств (держав) зокрема. Підвищення економічного, екологічного добробуту та добробуту людини є основними завданнями ООН, для вирішення яких потрібне об'єднання усього світового суспільства. З метою вирішення проблем сталого розвитку в окремих державах формуються національні доктрини для досягнення сталості суспільства і вирішення проблем економічного, екологічного та соціального характеру.

Для досягнення сталого розвитку світової спільноти міжнародними науковими центрами та інститутами розробляються індекси сталого розвитку, або індекси, спрямовані на висвітлення окремих компонентів сталого розвитку. Це дає змогу продемонструвати ситуацію, що склалася в різних регіонах світу, та висвітлити динаміку змін за певний проміжок часу. Складання рейтингів держав світу за рівнем сталого розвитку дає можливість побачити проблемні сторони в тій чи іншій сфері людського життя та використати наявні ресурси для їх подолання.

У статті автор продемонстрував місце України за рівнем сталості суспільства на фоні інших держав, а також динаміку змін за останнє десятиліття, що має скоріше негативний, ніж позитивний характер, оскільки рівень людського добробуту є дуже низьким і з кожним роком погіршується. Підвищення добробуту людини можливе насамперед після підвищення економічного становища населення та зменшення розриву між багатими і бідними прошарками суспільства, про це свідчить практика європейських держав, зокрема Норвегії, Швеції, Фінляндії, Німеччини, Нідерландів, Швейцарії та інших. Саме в цих державах рівень економічного добробуту безпосередньо впливає на рівень добробуту людини, що характеризується високими позиціями в світових рейтингах відповідно.

Використання виміральної техніки для дослідження рівня та стану сталого розвитку є характерним для глобального, регіонального, національного та локального рівнів. У роботі наведено вимірювання сталого розвитку всієї світової спільноти за трьома базовими індикаторами (економічний, екологічний і соціальний), а також продемонстровано приклади вимірювання світових регіонів та окремих держав. Проте, як показує практика, національне вимірювання сталого розвитку – це не межа досліджень. Вимірювання сталого розвитку суспільств відбуваються і більш локалізовано, в Україні це адміністративно-територіальні одиниці вищого рівня.

Автор вважає, що методологію, взятую для вимірювання сталого розвитку регіонів світу та держав, можна адаптувати також для можливості дослідження сталого розвитку невеликих за територією та численністю населених пунктів, що характеризує глоболокальний вимір в концепції сталого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналіз сталого розвитку: глобальний і регіональний контексти : монографія / Міжнародна рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. проекту М. З. Згуровський. – Київ : НТУУ «КПІ», 2014. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку (2013). – 172 с.

2. *Большаков Б. Е.* Как измерить устойчивое развитие // Вестник РАЕН. – 2004. – № 6. – С. 70–83.
3. *Большаков Б. Е., Рябкова С. А.* Возникновение и основные проблемы вхождения понятия «устойчивое развитие» в мировую политику и науку // Приложение к учебно-методическому комплексу «Теория и методология проектирования устойчивого развития социо-природных систем». – Дубна, 2009. – Вып. 1. – 210 с.
4. Воззвание Тегеранской конференции. Принято 13 мая 1968 года Международной конференцией по правам человека в Тегеране [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/st_hr1_57.shtml
5. Декларация Конференции Организации Объединенных Наций по проблемах окружающей человека среды. Принята Конференцией Организации Объединенных Наций по проблемам окружающей человека среды, Стокгольм, 1972 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declathenv.shtml
6. Декларация по окружающей среде и развитию. Принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/riodecl.pdf
7. Декларация тысячелетия Организации Объединенных наций. Принята резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N00/559/53/PDF/N0055953.pdf?OpenElement>
8. Йоханнесбургская встреча на высшем уровне. 26 августа – 4 сентября 2002 года, Йоханнесбург [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/events/pastevents/wssd.shtml>
9. Йоханнесбургская декларация по устойчивому развитию. Принята на Всемирной встрече на высшем уровне по устойчивому развитию (Йоханнесбург, Южная Африка, 26 августа – 4 сентября 2002 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/decl_wssd.pdf
10. *Моисеев Н. Н.* Судьба цивилизации. Путь Разума. – М.: Языки рус. культуры, 2000. – 224 с.
11. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР): пер. с англ.; под ред. С. А. Евтеева и Р. А. Перелета. – Москва : Прогресс, 1989. – 372 с.
12. *Оленьев В. В., Федотов А. П.* Глобалистика на пороге XXI века // Вопросы философии. – 2003. – № 4. – С. 18–30.
13. *Перелет Р. А.* Переход к эре устойчивого развития? // Россия в окружающем мире: 2003 (Аналитический ежегодник). – М.: Изд-во МНЭПУ, 2003. – 336 с.
14. План выполнения решений Всемирной встречи на высшем уровне по устойчивому развитию. Принят на 17-м пленарном заседании 4 сентября 2002 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/plan_wssd.pdf
15. Повестка дня на XXI век. Принята Конференцией ООН по окружающей среде и развитию, Рио-де-Жанейро, 3–14 июня 1992 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/agenda21.pdf
16. Развитие и международное экономическое сотрудничество: проблемы окружающей среды. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития. A/42/427 от 4 августа 1987 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf>
17. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года. Преобразование

- нашого мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ares70d1_ru.pdf
18. Рейтинг стран мира по уровню устойчивости общества [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический портал «Гуманитарные Технологии». – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/sustainable-society-index/info>
 19. Садовенко А., Масловська Л., Серета В. Сталый розвиток суспільства: навчальний посібник / [упоряд. А. Садовенко, Л. Масловська, В. Серета]. – 2-е вид. – К., 2011. – 392 с.
 20. Сталый розвиток регіонів України / науковий керівник М. З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 197 с.
 21. Урсул А. Д., Романович А. Л. На пути к устойчивому будущему // Устойчивое развитие. Наука и практика. – 2002. – № 1.
 22. Index of Economic Freedom 2017 [Electronic source]. – Available at: <http://www.heritage.org/index>
 23. Socioeconomic Data and Applications Center (SEDAC). Environment Sustainability Index (ESI) [Electronic source]. – Available at: <http://sedac.ciesin.columbia.edu/data/collection/esi>
 24. Sustainable Society Index 2008 [Electronic source]. – Available at: <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/ssi-2008.pdf>
 25. Sustainable Society Index 2010 [Electronic source]. – Available at: http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/Publication_SSI2010.pdf
 26. Sustainable Society Index 2012 [Electronic source]. – Available at: <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/ssi2012.pdf>
 27. Sustainable Society Index 2014 [Electronic source]. – Available at: <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/SSI2014.pdf>
 28. Sustainable Society Index. Main results 2016 [Electronic source]. – Available at: <http://www.ssfindex.com/results/main-results-2016>
 29. Sustainable Society Index. Maps [Electronic source]. – Available at: <http://www.ssfindex.com/ssi2016/maps2016/wellbeings2016/StatPlanet.html>
 30. The Economist Intelligence Unit. The Quality-of-Life Index [Electronic source]. – Available at: https://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf
 31. The Global Competitiveness Index. The Global Competitiveness Report 2016–2017 [Electronic source]. – Available at: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index>
 32. United Nations Development Programme. Development Reports Human Development Index [Electronic source]. – Available at: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>

REFERENCES

1. Zgurovs'kyj, M. Z., ed. Analiz stalogo rozvytku: global'nyj i regional'nyj konteksty: monografija. Ch. 2. Ukrai'na v indykatorah stalogo rozvytku (2013) [Sustainable development analysis: global and regional contexts: Monograph. Part 2. Ukraine in indicators of sustainable development (2013)]. Kyiv: National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute», 2014. [in Ukrainian].
2. Bol'shakov, B. E. «Kak izmerit' ustojchivoe razvitie» [«How to measure sustainable development»]. *Bulletin of the Russian Academy of Natural Sciences* 6 (2004): 70–83. [in Russian].

3. Bol'shakov, B. E. and Rjabkova S. A. Voznikovenie i osnovnye problemy vhozhenija ponjatija «ustojchivoje razvitie» v mirovuju politiku i nauku [The emergence and main problems of the introduction of the concept of «sustainable development» into world politics and science]. Dubna, 2009. [in Russian].
4. United Nations. «Final Act of the Tehran Conference on Human Rights, Tehran, 13 May 1968.» Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/st_hr1_57.shtml [in Russian].
5. United Nations. «Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment, June 1972.» Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declarathenv.shtml [in Russian].
6. United Nations. «Rio Declaration on Environment and Development, Rio de Janeiro, 3-14 June 1992.» Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/riodecl.pdf [in Russian].
7. United Nations. «55/2. United Nations Millennium Declaration. Resolution adopted by the General Assembly, 8 September 2000.» Accessed October 30, 2017. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N00/559/53/PDF/N0055953.pdf?OpenElement> [in Russian].
8. World Summit on Sustainable Development, Johannesburg, August 26 - September 4, 2002. Accessed October 30, 2017. <http://www.un.org/ru/events/pastevents/wssd.shtml> [in Russian].
9. United Nations. «Johannesburg Declaration on Sustainable Development. World Summit on Sustainable Development, 4 September 2002.» Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/decl_wssd.pdf [in Russian].
10. Moiseev, N. N. Sud'ba civilizacii. Put' Razuma [The fate of civilization. The way of mind]. Moscow: Languages of Russian culture, 2000. [in Russian].
11. Report of the World Commission on Environment and Development: «Our Common Future». Moscow: Progress, 1989. [in Russian].
12. Olen'ev, V. V. and Fedotov A. P. «Globalistika na poroge XXI veka» [«Global studies on the threshold of the 21st century»]. *Questions of philosophy* 4 (2003): 18-30. [in Russian].
13. Perelet, R. A. Perehod k jere ustojchivogo razvitija? [Is it transition to the era of sustainable development?]. *Russia in the World: 2003* (Analytical yearbook). Moscow, 2003.
14. Plan of Implementation of the World Summit on Sustainable Development, 17th Plenary Meeting (PM) and Round-up, 4 September 2002. Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/events/pastevents/pdf/plan_wssd.pdf [in Russian].
15. United Nations. «Agenda 21. United Nations Conference on Environment & Development Rio de Janeiro, Brazil, 3 to 14 June 1992.» Accessed October 30, 2017. http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pdf/agenda21.pdf [in Russian].
16. Report of the World Commission on Environment and Development: «Development and international economic cooperation: environmental problems», A/42/427, 4 August 1987. Accessed October 30, 2017. <http://www.un.org/ga/pdf/brundtland.pdf> [in Russian].
17. United Nations. «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 25 September 2015.» Accessed October 30, 2017. http://unctad.org/meetings/en/Sessional-Documents/ares70d1_ru.pdf [in Russian].
18. Information-analytical portal «Humanitarian Technologies» «Sustainable Society Index Ranking». Accessed October 30, 2017. <http://gtmarket.ru/ratings/sustainable-society-index/info> [in Russian].
19. Sadovenko, A., Maslovs'ka, L., and Sereda V. Stalyj rozvytok suspil'stva: navchal'nyj posibnyk [Sustainable development of society: a manu training manual]. 2nd ed. Kyiv, 2011. [in Ukrainian].
20. Zgurovs'kyj, M. Z., ed. Stalyj rozvytok regioniv Ukrai'ny [Sustainable development of re-

- gions of Ukraine]. Kyiv: National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute», 2009. [in Ukrainian].
21. Ursul, A. D., and Romanovich A. L. «Na puti k ustojchivomu budushhemu» [«On the road to sustainable future»]. *Sustainable development. Science and practice* 1 (2002). [in Russian].
 22. Index of Economic Freedom 2017. Accessed October 30, 2017. <http://www.heritage.org/index>
 23. Socioeconomic Data and Applications Center (SEDAC). Environment Sustainability Index (ESI). Accessed October 30, 2017. <http://sedac.ciesin.columbia.edu/data/collection/esi>
 24. Sustainable Society Index 2008. Accessed October 30, 2017. <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/ssi-2008.pdf>
 25. Sustainable Society Index 2010. Accessed October 30, 2017. http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/Publication_SSI2010.pdf
 26. Sustainable Society Index 2012. Accessed October 30, 2017. <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/ssi2012.pdf>
 27. Sustainable Society Index 2014. Accessed October 30, 2017. <http://www.ssfindex.com/ssi2016/wp-content/uploads/pdf/SSI2014.pdf>
 28. Sustainable Society Index. Main results 2016. Accessed October 30, 2017. <http://www.ssfindex.com/results/main-results-2016>
 29. Sustainable Society Index. Maps. Accessed October 30, 2017. <http://www.ssfindex.com/ssi2016/maps2016/wellbeings2016/StatPlanet.html>
 30. The Economist Intelligence Unit. The Quality-of-Life Index. Accessed October 30, 2017. https://www.economist.com/media/pdf/QUALITY_OF_LIFE.pdf
 31. The Global Competitiveness Index. «The Global Competitiveness Report 2016–2017.» Accessed October 30, 2017. <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index>
 32. United Nations Development Programme. «Development Reports Human Development Index.» Accessed October 30, 2017. <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2017

Прийнята до друку 20.11.2017

GLOBAL-LOCAL DIMENSION IN THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

O. G. Kononchuk

*Rivne State University of Humanities,
Plastova Str., of. 229, Rivne, 33028,
Alexander.Kononchuk.USA@gmail.com*

The article deals with the global-local dimension in the concept of sustainable development of society and gives a comparative analysis of sustainable development of the regions of the world and individual states, and cross-temporal comparison from the global to the local levels is carried out. The author gives a chronological sequence of formation of the concept of sustainable development of society, in which the United Nations and a number of resolutions and declarations adopted by the General Assembly since the second half of the 20th century played a major role. The article presents evolution of the concept of sustainable

development from purely environmental and economic interpretations to the interpretation of sustainable development as an integrated system that encompasses environmental, economic and social indicators. Also, the article presents interpretations of the category of sustainable development from both foreign and domestic scientists.

The author focuses on indices and indicators of sustainable development of society that makes it possible to measure the level of sustainability of society (societies) from global to local levels. For the global-local measurement of sustainable development, the author uses two indices: the Sustainable Society Index and the Sustainable Development Index of the regions of Ukraine. First index measures the sustainability of society at global, regional (by regions of the world) and national levels, the ranking of countries and regions of the world, as well as the dynamics of changes in sustainability of society at different levels during ten-year period are presented. The second index is used to study sustainable development of the regions of Ukraine.

The article compares the level of sustainability of Ukrainian society and other countries of the world, and also shows the dynamics of changes over the last decade, which is more negative than positive, because the level of human welfare is very low and reduces year after year. The improvement of human well-being is possible, first of all, after increasing the economic situation of the population and reducing the gap between rich and poor strata of society, as evidenced by practice of European states, in particular Norway, Sweden, Finland, Germany, Netherlands, Switzerland and others. In these states the level of economic welfare directly affects the level of human well-being that is characterized by high positions in world rankings.

Measuring techniques for studying the level and state of sustainable development are applied to global, regional, national and local levels. The article presents measurement of sustainable development of the entire world community in terms of three basic indicators (economic, environmental and social), as well as examples of measurement of world regions and individual states. Measurements of sustainable development of societies can be more localized, in Ukraine these are the administrative-territorial units of the highest level.

Key words: sustainable development, concept of sustainable development, United Nations (UN), sustainable development indicator, sustainable development index, The Sustainable Society Index, The Sustainable Development Index.

КУЛЬТУРА, ЦІННОСТІ, ІДЕНТИЧНОСТІ

УДК 316.4: 323.174

<http://dx.doi.org/10.30970/vso.2018.12.04>

НОВІ ІДЕНТИЧНОСТІ: РЕАЛЬНІСТЬ ПЛЮРАЛІСТИЧНОГО СУСПІЛЬСТВА, ЧИ ГРА НА РОЗКОЛ?

В. Є. Савка, М. В. Школяр

*Національний університет «Львівська політехніка»,
Кафедра соціології та соціальної роботи,
вул. Коновальця, 4. М, Львів, 79013
savka123@ukr.net, shkolyar.maryana@gmail.com*

Анотація. Проаналізовано внутрішні чинники та інспіровані ззовні причини регіоналістських, іредентистських і сепаратистських рухів у сучасній Україні. Серед загроз для національної безпеки та самого існування країни як єдиного цілого виділяються проблеми, пов'язані із відмінностями між етно-, мовно-, соціокультурними та іншого роду ідентичностями жителів різних регіонів. В умовах несприятливого соціального клімату в державі та тотальної недовіри до владних інституцій ці відмінності використовуються як певними колами регіональних еліт, так і сусідніми державами з метою провокування розколу країни. Здійснено аналіз комплексу внутрішніх українських проблем, які формувались протягом тривалого часу та стали чинниками формування різних, часто протилежних, ідентитетів громадян в різних регіонах України. Відстежено тенденції динаміки ідентитетів жителів Галичини та Донбасу на основі матеріалів емпіричних соціологічних досліджень, проведених впродовж 1994-2015рр. дослідницькими групами із Львова і Луганська. Виділено варіанти загроз монолітності країни, породжених різними видами регіоналістських та іредентистських течій. Описано форми вияву відцентрових та сепаратистських рухів в сучасній Україні у достатньо широкому діапазоні: від фентезійних мікродержавних утворень (самопроголошене в одному з сіл Чернігівщини «сударство» «титульного суверенного народу») до найбільш відомих сепаратистських Донецької та Луганської псевдореспублік. Через призму можливих загроз цілісності країни розглянуто спроби реконструкції певних історичних локальних спільнот та формування на їх основі не лише культурницьких, але і громадсько-політичних рухів, які потенційно можуть перерости і у сепаратистські, з претензіями на творення власної державності: русинські течії на Закарпатті, історико-культурницькі експерименти з поновлення галицької спільноти, яка «азнала поразки в результаті завоювання галицького князівства волинськими агресорами в XIII ст.» та інші.

Здійснено порівняння природи українських регіоналістичних рухів із позірно подібними в інших європейських країнах (Ліберленд, Кабуто автономістські рухи у польській Сілезії й у італійських регіонах Ломбардія і Венето). З'ясовано, що причинами регіоналізмів в Європі, як правило, є відновлення елементів колишньої державності або прагнення до економічного добробуту. В результаті ці регіональні рухи прагнуть до більшої суб'єктності та самостійності, розширення автономії в межах існуючих державних утворень, а не до приєднання до іншої держави, котра і стимулює ці рухи, як у випадку загарбання Росією східних територій України та Криму. Акцентовано увагу на факті, що відцентрові, регіональні та іредентистські рухи, які нині актуалізувалися в Україні, є наслідком ігнорування та недооцінювання центральною владою конфліктогенного потенціалу ряду регіонально локалізованих ідентичностей (реальних етнічних, субетнічних, чи штучно сконструйованих псевдоетнічних), несприйняття ряду дій центральної влади, а також пропагандистської діяльності регіональних еліт та сусідніх держав, зацікавлених у послабленні консолідуючих ідентитетів, а, відповідно - порушенні цілісності країни. Обгрунтовано потребу культивування в суспільстві об'єднавчих ідентичностей, якими у сучасних плюралістичних суспільствах могли б стати власне громадянські у широкому їх розумінні ідентичності, а не регіональні чи етнічні.

Ключові слова: ідентичність, регіоналізм, сепаратизм, консолідація суспільства.

Постановка проблеми. Актуальні глобальні та регіональні (локалізовані переважно у Центрально-Східній Європі та власне всередині України) виклики істотно загострили давню проблему нашого суспільства: пошук шляхів його консолідації. Серйозні відмінності у практично всіх суспільно важливих сферах, які існують в різних регіонах країни, провокуються, в тому числі і наявністю істотно різних етно-, мовно-, соціокультурних та іншого роду ідентичностей їхніх жителів.

Соціокультурна строкатість регіонів України, а отже і наявність різних ідентичностей у їхніх жителів, не є унікальною серед сучасних суспільств. Різниця у ряді самоідентифікацій, а отже і у світоглядних позиціях італійців Півдня та Півночі буде подекуди глибшою, ніж між жителями Галичини й Донбасу. А етнічний склад сучасних Франції чи Бельгії, різноманітність діалектів та мов, якими розмовляють жителі різних регіонів цих країн, засвідчує неабияку різноманітність їхніх ідентитетів. Тим не менше, Україна в 2018 р. серед 155 держав, що фігурують у так званому рейтингу щастя, котрий щорічно складає Мережа Організації Об'єднаних Націй з питань сталого розвитку, посідає 132 місце. Бельгія, наприклад, на 16-ій, а Франція – на 23 позиції [18]. Очевидно, однією з причин такої ситуації є не стільки наявність відмінностей, навіть істотних, між жителями різних регіонів цих країн, а наявність, чи навпаки, відсутність у них, чи недостатній розвиток єдиних, назовемо їх стрижневими, об'єднавчих ідентитетів.

Цілком очевидно, що затяжні економічні проблеми в нашій країні та зубожіння більшої частини громадян не сприяють формуванню позитивного соціального клімату в суспільстві, вносять у нього нові розколи. Це, в свою чергу, ускладнює пошук шляхів до єдності. Однак, досвід розвитку не лише нашої держави переконує в тому, що вирішення соціально-економічних проблем суспільства саме по собі ще не є гарантією духовно-культурної гармонізації та консолідації суспільства, з одного боку, а з іншого: власне наявність «об'єднуючого стрижня»,

яким може стати, зокрема, наявність спільних ідентитетів, які стосуються визначальних сфер життя, у більшості жителів країни може бути істотним чинником об'єднання громадськості навколо знаходження шляхів виходу із найскладніших ситуацій.

Нині ж розвиток українського соціуму позначений низкою загрозливих тенденцій: дефіцит солідарності, довіри до державних інституцій, взаємної довіри між громадянами, нерозвиненість горизонтальних зв'язків у суспільстві, слабкість спільних цінностей і невизначеність цілей, прогресуюча атомізація нашого соціуму. Серед чи не найбільших загроз для національної безпеки та самого існування країни як єдиного цілого виділяються проблеми, пов'язані із відмінностями між її регіонами, які у своїх крайніх виявах доходять до проявів сепаратизму та іредентизму. Зауважимо, що зазначені тенденції є наслідком як зовнішніх впливів, так і внутрішньоукраїнських проблем, які спричинили підвищений інтерес до регіоналістики серед науковців та політичної еліти країни. Їхній комплекс формувався і набував свого сучасного змісту протягом тривалого часу. Серйозні наукові дослідження в галузі регіоналістики, зокрема соціологічний аналіз проблем регіонів у руслі сучасних наукових парадигм, з'явилися в Україні фактично в кінці минулого століття. Фоном для цих досліджень, з одного боку, стала актуалізація питань, пов'язаних із розгортанням у всьому цивілізованому світі процесів глобалізації vs глокалізації, а з іншого, – власне внутрішніх українських проблем. Саме соціологи одними із перших звернули свою увагу на проблеми регіональних відмінностей та супутні їм проблеми, передусім ті, які несли загрозу цілісності українській державі, суспільству в цілому, зокрема слабкість ідентичностей, спрямованих на об'єднання громадян країни, присутність ідентитетів, які провокують відцентрові тенденції, виходячи із практикованого в цій науці комплексного системного підходу до аналізу соціальних феноменів та спрямованості на пошук глибинних, закорінених у суспільній системі причин динаміки всіх соціальних явищ.

Першою масштабною соціологічною працею, в якій аналізувалися проблеми регіонів у пострадянській Україні, стала робота київських науковців А. Стегнія і М. Чурилова «Регіоналізм в Україні як об'єкт соціологічного дослідження» (1998) [12]. У ній не лише окреслювалося предметне поле та завдання української регіоналістики, але і аналізувалися емпіричні матеріали, отримані в ході реалізації проекту «Регіони в Україні: динаміка, рухи і політика», зокрема ті, що стосуються ідентичностей жителів українських регіонів.

Відомими стали масштабні дослідження, які базувалися на значному за обсягом емпіричному матеріалі, групи соціологів Львівського університету ім. І. Франка, яку очолювали професори Н.Черниш, Я.Грицак та О.Маланчук, і науковців Луганського університету ім. Т.Шевченка під керівництвом професора

І. Кононова. Обидві дослідницькі групи отримали часткову методологічну та фінансову підтримку закордонних наукових установ, зважаючи на важливість досліджуваних процесів не лише у науковому, але й у геополітичному вимірах.

Перший із зазначених проектів включав п'ять хвиль збирання соціологічної інформації методом опитування: у 1994, 1999, 2004, 2010, 2015 рр. Він стосувався переважно аналізу проблем, пов'язаних із формуванням і трансформаціями особистісних ідентичностей та ієрархії суспільних лояльностей мешканців Донецького та Львівського регіонів [4, с.8-19]. Слід наголосити, що впродовж зазначених років запитальники залишались практично незмінними, хоча враховувались зміни у поточній соціально-політичній ситуації.

Другий із зазначених проектів включав опитування у Львові та Донецьку 1994, 1999, 2004 та 2010 рр. Його предметом стали не лише проблеми ідентифікації жителів регіонів, але і їхні авто- і гетеростереотипи, системи цінностей та впливи цих чинників на моделі соціальної поведінки донеччан і львів'ян [3]. Таким чином, дві групи дослідників, які включали в себе змішані команди науковців із обох регіонів (В.Савка був членом команди дослідників однієї з хвиль луганського проекту), практично одночасно реалізували два проекти. Вони були доволі масштабними і значною мірою подібними за предметним полем. Зважаючи на визначальний характер актуальних ідентитетів індивідів та груп для їхньої соціальної поведінки, власне проблеми формування та динаміки ідентичностей стали центральними в обох проектах. Отримані результати дозволили поглянути на аналізовані проблеми з точки зору населення обох регіонів, а отже сприяли більшій деталізації та об'єктивності зібраного матеріалу.

Обидва дослідницькі проекти засвідчили факт очевидної неоднорідності українського суспільства, наявність цілого комплексу істотних відмінностей між регіонами країни. З одного боку, була зафіксована так звана «полюсовість» зазначених регіонів, а з іншого - існування природного процесу їх зближення, який було штучно перервано у 2014 році.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж звернутись до аналізу результатів актуальних емпіричних досліджень різних аспектів піднятої у статті теми, вважаємо за потрібне зупинитись на комплексі внутрішніх українських проблем, значна частина яких спровокована зовнішнім втручанням та мають доволі довгу історію. Серед них на перше місце природним чином виходили: *соціоекономічні*, які провокувалися нерівномірним розподілом продуктивних сил на території країни, домінуванням важкої добувної і сировинно орієнтованої промисловості на сході та півдні країни при водночас відносно невеликій кількості крупних промислових гігантів у центрі та на заході. Промислове виробництво, зосереджене на Правобережжі, за умов браку великих покладів корисних копалин, традиційно розвивалося як орієнтоване на виробництво продукції з відносно високим рівнем доданої вартості (машино- та приладобудування, електронна промисловість) а також легка і харчова та зазнало найбільших втрат у часи переходу до ринкової економіки.

Це пояснювалося, з одного боку, невисокою конкурентною здатністю українських товарів на зовнішніх ринках, а з іншого – різким падінням внутрішнього ринку, спричиненим кризовими явищами в господарюванні та зубожінням громадян у пострадянські часи. Відповідно, склалася ситуація певного роду деіндустріалізації на заході та у центрі країни (із формуванням відповідних ідентитетів активістського штибу, зорієнтованих на актуалізацію власного потенціалу громадян, незалежних від позірної патерналістських дій працедавців на великих підприємствах) при збереженні, хоча і частковому, сировинно орієнтованих промислових гігантів переважно на сході та півдні. Значну частину серед них складали підприємства гірничої та металургійної промисловості. Відносно низька собівартість їхньої продукції у порівнянні із світовими цінами, яка пояснювалася малою долею в ній доданої вартості та дешевизною робочої сили, дозволяла їм, навіть в умовах відставання у модернізації виробництва, не лише «утримуватися на плаву», але й отримувати певний прибуток. В них концентрувалися значні маси найманих робітників, у середовищі яких, не без пропагандистського втручання місцевих еліт, підтримувалася пам'ять про «героїку праці» радянських часів та «провідну силу суспільства – робітничий клас» із відповідним їм набором ідентитетів «радянської людини», «трудівника» тощо. Водночас ці підприємства та зайняті на них працівники були поставлені у жорсткі рамки нових економічних реалій, повсякчас перебували під загрозою втрати роботи з причини невисокої ефективності застарілого виробництва із незначним рівнем конкурентоспроможності. Все це спричиняло відчутне нарощення в цих регіонах протестного потенціалу, який локалізувався у колективах великих підприємств.

До того ж вони часто були єдиними у певному місті, так званими «містоутворюючими», від яких напряму залежав стан і добробут всього міста. Саме тут зберігалися традиційні для пострадянського часу організаційні структури, які, хоча і формально мали презентувати інтереси найманих робітників, однак часто перебували під контролем адміністрації та державних чиновників. Про реальну роль цих структур у захисті інтересів їхніх членів свідчить неофіційна назва, яка міцно закріпилася за ними: «державні профспілки». Так звані «незалежні» новостворені профспілки також достатньо часто потрапляли у аналогічну ситуацію, не виконували свої прямі функції у повному обсязі, а отже і не могли стати реальним засобом обмеження всевладдя місцевих господарських та політичних еліт. І це також стало джерелом формування і відтворення ідентитетів «малої людини», «гвинтика, від якого ніщо не залежить» тощо. Внаслідок зростання недовіри громадян не лише до держави, а й до більшості публічних структур, протестний потенціал набував стихійного характеру та масово розповсюджувався у регіоні, а отже сприяв становленню двох взаємно суперечливих тенденцій.

- *соціокультурні*, пов'язані передусім із концентрацією в промислових регіонах України населення з сусідньої Росії, переселеного в часи індустріалізації та особливо після Великого Голоду 1933 р. й у часи повоєнної відбудови. «Природним» наслідком цього стала масова русифікація місцевого українського населення, яка стимулювалася владою. Особливо активно вона розгорталася в радянські часи під лозунгом формування єдиного денационалізованого, а фактично русифікованого «радянського народу» із відповідними ідентитетами «радянської людини», «інтернаціоналіста» та іншими однопорядковими. Відповідно, в країні створилася ситуація «двополюсності»: доволі різкі відмінності соціокультурного поля у її південно-східному регіоні (який піддався значній русифікації) та центральній і західній частинах країни (в яких краще збереглася національна традиція). На цьому фоні доволі успішно через відкриті східні кордони України просочувалась культивована в сучасній Російській Федерації суміш давніх російських та радянських міфів, об'єднаних імперською традицією, і знаходила благодатний ґрунт у середовищі населення суміжних з Росією регіонів, передусім Донбасу та Криму;

- *соціополітичні*, які принципово були наслідком соціоекономічних та соціокультурних відмінностей між «полюсовими» регіонами. Вони зводилися переважно до орієнтації південно-східних регіонів країни на консервування, продовження і зміцнення всебічних зв'язків з Росією, які залишилися у спадок від радянських часів і часто, принаймні у першому десятилітті нинішнього століття, поєднувалися із ностальгією за Радянським Союзом. Одночасно у центральному і західному регіонах країни достатньо чітко проявлявся принципово інший цивілізаційний вибір - європейського вектору розвитку.

Все це відбувалося на фоні затяжної системної кризи у всій країні, де політичні еліти та новопосталі структури громадянського суспільства протягом більше ніж чверті століття після розпаду СРСР не спромоглися створити ефективні владні інституції модерного типу, виробити єдиний та зрозумілий план розвитку країни, забезпечити її єдність, зокрема, шляхом стимулювання формування об'єднаних ідентитетів для населення всіх регіонів країни. Стислою і комплексною характеристикою ситуації, яка складалася в Україні, можна, на наш погляд, вважати результати Всеукраїнського моніторингу Інституту соціології Національної академії наук. На запитання «Чи є сьогодні в Україні політичні лідери, які можуть керувати країною?» в роки президентських виборів відповіли тверде «ні»: у 1994 р.- 24,7%, при 33,7% «важко сказати», 2004 р. 35,3% при 36% «важко сказати», у 2010 р. - 30,3% при 34,4% «важко сказати». За результатами опитування 2014 року (рік початку російської агресії) – 43,3%, при 30,1% «важко сказати» [10, с.434]. Ще одним таким же комплексним та симптоматичним показником стану українського суспільства є назви двох монографій, підготованих провідними фахівцями цієї ж академічної установи, які красномовно говорять самі за себе: «Общество без доверия» за редакцією Е.Головахи, Н.Костенко, С.Макеєва (2014) [7] та «Стан сингулярності: соціальні структури, ситуації, повсякденні практики» за редакцією С.Макеєва та С.Оксамитної (2017) [11].

Наведені дані, емпірично зафіксовані та детально проінтерпретовані науковцями, є яскравим свідченням перманентної відсутності довіри в суспільстві протягом двадцяти з лишком пострадянських років, по-перше, до її політичної еліти (як правлячої на даний момент, так і опозиційної) і, по-друге, до суперечливих, а отже, нестійких основних суспільних структур та інституцій, які діяли на макросоціальному рівні. Це неминуче штовхало пересічних громадян до пошуків стабільності передусім у вузькому приватному середовищі родини та друзів, до звуження кола їхньої соціальної активності, яке максимально розширювалось до рівня регіону проживання, а отже виявлялося у зростанні вагомості приватно орієнтованих і регіональних ідентитетів та відповідному ослабленні громадянських, які частіше набували ознак декларативності, ніж ставали реально дієвими. Тим більше, що переважна більшість громадян країни залишалася мало мобільною, не мала стійких контактів поза своїм регіоном, не виїжджала з нього. За даними дослідження луганських соціологів 2014 р., 66,4% населення Донбасу та 76,3% населення Львівщини жодного разу не відвідували інший регіон [3], а отже і не завжди могли зрозуміти ситуацію в країні в цілому та навіть сусідніх регіонах зокрема. Одним із ефектів цього ставали підозра та недовіра до «чужих» і прагнення солідаризуватися із «своїми». Навіть у ситуаціях вирішального для країни вибору як, наприклад, на президентських перегонах 2004 та 2010 рр., значна частина виборців Півдня та Сходу країни віддали голоси за В. Януковича, як такого, який хоч і мав кримінальний досвід, але був «своїм», а отже прийнятним для них кандидатом.

Цілком очевидно, що затяжна системна криза країни лише загострювала міжрегіональні суперечності та сприяла нарощенню тенденцій до взаємної недовіри, нерозуміння регіонами проблем одне одного. Як зазначила у квітні 2014 р. на круглому столі «Регіони України: що нас роз'єднує та що об'єднує? – погляди соціологів» професор О. Куценко: «Хоча більше половини опитаних громадян України не вважають відмінності між регіонами занадто глибокими, між тим третина опитаних дає позитивну відповідь на це питання. Причому, помітним є зростання сприйняття суспільною свідомістю неоднорідності країни, протиріч між регіонами. У порівнянні даних опитувань, проведених Центром імені О. Разумкова та Фондом «Демократичні ініціативи» по всій країні в грудні 2013 р. та у березні 2014 р., частка громадян, які сприймають наявність глибоких протиріч між регіонами України, здатних призвести до роз'єднання країни, збільшилась майже на 10% (з 23% у грудні 2013р. до 32% у березні поточного року). Таке збільшення відбулось за період Євромайдану та формування нової влади в країні» [5].

Не викликає сумнівів те, що серед основних чинників, які визначають зміст і форми вияву, вектори спрямованості соціальної активності, є самоідентифікація індивідів та домінуючі у певних великих групах колективні ідентифікації (в нашому випадку мова йде про населення регіонів). Дослідження соціологів Львівського Національного університету ім. І. Франка дозволило зафіксувати факт усталеності та стабільності домінуючих ідентичностей населення Львова: «...протягом усіх згаданих вище хвиль опитувань 1994–2015 рр. [3; 4, с.8-19] перелік ідентичностей практично не змінювався. Усі ці роки зазначений перелік очолювала *українська ідентичність* (мається на увазі етнічна); друге місце займала *ідентичність мешканця Львова*, яку на цій позиції у 2010 та 2015 рр. змінила нововведена *ідентичність громадянина України*. Третю позицію впродовж усіх років опитування займала *гендерна ідентичність*. На четвертій і п'ятій сходинці спочатку перебували *ідентичності греко-католика та представника Західного регіону*; в останніх двох хвилях опитування ця остання (*регіональна ідентичність мешканця свого регіону*) виходить із переліку головних і замінюється *гендерною ідентичністю* та ототожненням себе з мешканцем м. Львова при загальному пониженні у 2015р. рейтингу *релігійної ідентичності*» [4, с.12]. За цей же час ідентитети населення донецького регіону та м. Донецька зокрема піддалися істотним та, що особливо характерно, суперечливим трансформаціям: якщо для 1994-2010 рр., властивий «... поступовий, але виразний рух у напрямку формування такої інтегральної особистісної ідентифікаційної моделі, в якій зростала питома вага проукраїнських спроб самоототожнення, а у 2010 р. - й громадянських, коли на перше місце виходить *ідентичність "громадянин України"*, то після введення російських військ на перші місця виходять *гендерна та локальна/регіональна ідентичності*», а «... місце *української етнічної ідентичності* займає *російська*, яка до того ніколи не була у провідній шістці найбільш опуклих ідентичностей донецьких респондентів (за даними дослідження, проведеного в окупованому Донецьку 2015 р.). Зникає з цього рейтингу й *ідентичність громадянина України*. Особливо стрімким було падіння цієї *громадянської ідентичності* з 51,9% у 2010 р. до 7,1% п'ять років по тому» [4, с.12-13]. Результати опитування луганських дослідників також підтверджують той факт, що «...роки незалежності України були роками значної проблематизації ідентичностей жителів Донбасу. Ідентичності донеччан були динамічнішими у порівнянні з ідентичностями львів'ян» [3, с.7]. На наш погляд, такого роду трансформації вказують на ряд цікавих та симптоматичних феноменів, які не були підкреслені у аналітичних публікаціях за матеріалами обох досліджень:

- по-перше, це нестійкість, а отже і недостатня сформованість ідентичностей донеччан, на відміну від зазначених авторами дослідження усталених ідентичностей галичан, у яких не лише зберігся весь набір ідентитетів,

але і практично не змінилася їх ієрархія протягом періоду дослідження у двадцять один рік, який супроводжувався суперечливими змінами у соціальному просторі країни та затяжною системною кризою;

- по-друге, піддатливість та готовність населення донецького регіону пасивно пристосовуватися до глобальних політичних та макросоціальних змін. Вони далеко не завжди відчувають себе суб'єктами принципово важливих процесів, навіть незважаючи на інтенсивність пропагандистських кампаній «нових республік» (маються на увазі так звані ДНР та ЛНР), в яких їхні «громадяни» виставляються основною рушійною силою сепаратистських процесів, «творення нового устрою». В таких умовах значна кількість донеччан, розуміючи свій мінімальний рівень громадсько-політичної суб'єктності, свідомо дистанціюється від того, що відбувається у їхньому регіоні. Очевидним свідченням відмови донеччан від свідомої громадської активності, а отже - готовності пасивно підлаштовуватися під вимоги тих, хто на даний момент заявив свої претензії на контроль над ситуацією в регіоні, на наш погляд, є зміна у них на першій позиції в 2015 р. *громадянських ідентичностей на гендерні*, - пов'язані із приватним, а не громадським життям їхніх носіїв. Це, на нашу думку, є свідченнями вибору значною частиною населення Донеччини традиційної і давно апробованої моделі виживання у кризових ситуаціях, базованої на принципі «моя хата скраю і я нічого не знаю».

Ці наші попередні висновки виступають радше в ролі гіпотез та вимагають належної перевірки, проте мають право на існування і, на нашу думку, принаймні частково, пояснюють процеси, які відбулися на Донбасі в останні роки.

Власне ця пасивність і готовність адаптуватися до будь-яких змін, а особливо коли ці зміни нав'язуються силою зброї та отримують належне пропагандистське забезпечення, стали одними із детермінант ситуації на Донбасі в 2014 році. Суміш залишків радянських міфів на фоні неефективності, а за умов режиму президента В. Януковича, - і відкритої злочинності, дій української центральної влади, яка для утримання контролю над країною заручилася не лише підтримкою частини регіональних олігархічних кланів, але і правлячих кіл Російської Федерації, виявилася вибухонебезпечною. Тим більше, що перші паростки протистояння центральній київській владі та ознаки сепаратизму і у західному регіоні країни і на Донбасі вже виявлялися раніше та не отримали належної відсічі центральних державних структур, а також помітних формувань громадянського суспільства. Найбільш відомими і особливо небезпечними, з огляду на необхідність утвердження єдності та соборності України, стали рухи, спровоковані невваженими ідеями та діями певних громадсько-політичних діячів, або сформовані в результаті їх свідомих деструктивних впливів. Зауважимо, що ці явища мали місце у обох «полюсових» регіонах, хоча особливо драматичного розмаху набули на Півдні та Сході.

На наш погляд, можна виділити ряд варіантів загроз монолітності країни, породжених різними видами регіоналістських та іредентистських течій, які за певних умов можуть трансформуватися і у сепаратистські.

Їх прикладами у випадку України є: по-перше, спроби реконструкції певних історичних локальних спільнот та формування на їх основі не лише культурницьких, але і громадсько-політичних рухів: русинські течії на Закарпатті, історико-культурницькі експерименти з поновлення галицької спільноти, яка «зазнала поразки в результаті завоювання галицького князівства волинськими агресорами в XIII ст.» та інші подібні. Логічним висновком з такої ситуації є думка, висловлена івано-франківським письменником Т.Прохазьком: «Українська імперія достатньо велика, різноманітна і суперечлива, щоб створити кілька українських держав. Кожна з них могла б бути неповторною, самодостатньою і спокійною» [9]. І хоча, на думку відомого науковця та громадського діяча Т.Возняка, галицький сепаратизм є не більше, ніж «кабінетна гра» тих, хто любить «поестетствувати в затишних кав'ярнях» [13], він, незважаючи на нині маргінальне становище навіть у Галичині, самою своєю присутністю в інтелектуальному просторі країни вносить елемент дестабілізації, який, за певних умов, може наростити свій руйнівний потенціал; по-друге, це конструювання нових ідентичностей територіально-поселенського і підкреслено неетнічного характеру: так званих Автономної Південно-Східної Української Республіки, самоврядної території Новоросійський край тощо. Ідея створення автономного утворення на базі кількох східних та південних областей в ході президентської кампанії 2004 р., саркастично іменованого його противниками ПіСУАР-ом, з'явилася як результат реакції сепаратистськи налаштованих політичних еліт ряду областей Півдня та Сходу на перебіг президентської кампанії 2004 року та Помаранчеву революцію. Початок подіям поклала сесія Луганської обласної ради, яка 26 листопада 2004 р. ухвалила рішення про створення Автономної Південно-Східної Української Республіки та звернулася із проханням про допомогу до президента [Російської Федерації В. Путіна](#). Тоді ж резолюція з вимогою визнання міста Одеси й усієї Одеської області самоврядною територією «[Новоросійський край](#)» була прийнята на зборах проросійських активістів в Одесі, а 28 листопада в [Северодонецьку](#) прихильники [В. Януковича](#) провели так званий «[Всеукраїнський з'їзд народних депутатів і депутатів місцевих рад](#)», на якому визнали легітимним його обрання на посаду Президента України. У випадку обрання на цю посаду [В. Ющенка](#) було вирішено наполягати на проведенні референдуму щодо зміни адміністративно-територіального устрою України та створенні власного псевдодержавного утворення.

Після перемоги на президентських виборах В.Ющенко у його команді достатньо швидко пройшов розкол, який закінчився фактичним реваншем сепаратистськи та проросійськи налаштованих сил. Жоден із учасників Сєверодонецького з'їзду не був притягнутий до відповідальності, що, цілком очевидно, утвердило їх у почутті власної правоти та безкарності. Відсутність належної реакції державних органів України на такого роду, нібито маргінального характеру, сепаратистські експерименти стала однією з причин їхнього повторення у набагато більшому масштабі завдяки посиленню проросійських сил в часи президентства В.Януковича та прямому втручання Російської Федерації в 2014 році. Заслуговує уваги можливість потужного наростання загрози різного роду ірєдентистських, регіоналістських, зокрема тих, що мають культурницьке забарвлення, рухів для монолітності країни, особливо при стимулюванні ззовні зацікавленими державними структурами сусідніх країн. Варто зазначити, що ірєдентистські рухи часто ініціюються правлячою елітою національної держави, з титульним етносом якої ідентифікує себе ірєдента - група, що прагне возз'єднатися з одержавленою більшістю. Важко уявити ситуацію, коли ірєдентистський рух досяг би своєї мети без явної або хоча б прихованої підтримки ззовні. Анексія Росією українського Криму та захоплення нею частини Донбасу є прикладом цілеспрямованої довготривалої розбудови «русского мира» у свідомості жителів цього регіону (серед яких високий відсоток етнічних росіян, русифікованих українців та осіб з невизначеною етнокультурною ідентичністю/«советский человек») за посередництвом пропаганди, підривної діяльності проросійсько налаштованих регіональних еліт. Стає зрозумілим, що одного тільки бажання зовнішнього актора мобілізувати «співвітчизників» для відторгнення території також очевидно не достатньо. В цьому відношенні нині особливо гострою стала ситуація із угорською та румунською національними меншинами, які компактно проживають у Закарпатті та на Буковині. Прийняття в Україні закону «Про освіту», 7-а стаття якого передбачає впровадження у державних школах викладання предметів українською мовою, починаючи із п'ятого року навчання із поступовим збільшенням їхньої кількості, спровокувало хвилю незадоволення в середовищі зазначених меншин. Впровадження таких заходів українською державою викликала нинішня ситуація в освітньому просторі країни, коли близько 100% випускників деяких шкіл Закарпаття не змогли скласти державного зовнішнього тестування з української мови та історії України [1].

Цілком очевидно, і це було підтверджено у висновках Венеційської комісії, що такий захід відповідає нормам законодавства європейських країн, є цілком виправданий, покликаний розширювати права національних меншин, сприяти їхній інтеграції у соціокультурний та політичний простір країни. Проте, реакція найвищих державних посадових осіб Угорщини та Румунії на спроби

української влади інтегрувати етнічні меншини стала вкрай негативною і підтримує тенденції до їхньої самоізоляції, які мають місце у частині цих меншин.

Специфічною особливістю етнополітичної ситуації в Україні є використання етнічного чинника регіональними елітами з метою політичної мобілізації населення регіонів. Конституювання (суб)етнічних ознак жителів певного регіону служить соціокультурним підґрунтям консолідації територіальних спільнот та є певним компенсаційним механізмом, що дозволяє почувати себе у відносній безпеці в «рідному» середовищі в умовах тотальної недовіри до владних інституцій на загальнонаціональному рівні. Проте, з іншого боку, створює небезпеку для загальнонаціональної консолідації, адже сприяє міжрегіональному протистоянню, протистоянню між центром та регіонами, провокує сепаратизм. Особливої актуальності ця проблема набуває, коли етно-, мовно-, соціокультурні ідентичності політизуються, набуваючи ознак конфронтації «свій – чужий». Проблема полягає у тому, що саме на ґрунті такого конфлікту нині модифікуються і відновлюються давні міфи, які, власне, і поляризують український соціум. Зокрема, це опозиція між Заходом і Сходом, між різними історичними реаліями, світоглядами й соціокультурними ідентичностями, політичними симпатіями та переконаннями жителів цих регіонів.

Як ще одну загрозу монолітності країни можна потрактувати і штучне конструювання псевдоетнічних ідентичностей та формування на їхній основі «державних» формувань. Інколи такі рухи «неоменшин» набувають в Україні достатньо химерних форм. Їх присутність в соціальному просторі також традиційно ігнорується владою, або сприймається як звичайне дивацтво маргіналів. Зразком такого роду утворення може бути самопроголошене в одному з сіл Чернігівщини (центрального регіону України) «сударство» «титульного суверенного народу» навіть із такими атрибутами суверенності, як власний державний лідер, суд, консульства у інших населених пунктах України, гроші та паспорти. Реакція центральної влади на кількарічне існування цього квазідержавного утворення з'явилася лише в 2016 р. і була пов'язана, зокрема, із спробами «суверенної влади сударства» вийти на ринок землі як самостійний не лише державно-адміністративний, але і господарський суб'єкт [2]. Незважаючи на заяву Служби безпеки України про ліквідацію цього утворення та відкриття разом із прокуратурою кримінальної справи у жовтні 2016 р. [6], «офіційний сайт сударства» продовжує функціонувати. На ньому і у 2018 році публікуються «офіційні» звернення «імператора» до вищих посадових осіб держави Україна [8].

Польський дослідник Б. Яловецький, характеризуючи регіоналізми, стверджує, що вони мають «різні обличчя: від почуття певної культурної відмінності і бажання відновлення цінностей меншин /культурного спадку, власного мистецтва, традиції, гастрономії і т.п. через бажання культивування власного діалекту, домагання рівних прав для себе у національній державі та загалом більшої справедливості до постулатів автономії чи навіть сепаратних прагнень. Коротко кажучи, можна стверджувати, що на одному полюсі маємо справу з «фольклорним регіоналізмом», а на другому з «політичним регіоналізмом» [14, с.282-283].

На наш погляд, є сенс говорити не стільки про «фольклорний» та «політичний» регіоналізми як окремі форми цього явища, скільки про певні етапи чи фази розвитку принципово одного і того ж феномену. Зароджуючись як громадський культурницький рух, так звані регіоналізми у їх «культурницькому» чи «територіально-державному» варіантах мають шанси на певній стадії своєї життєдіяльності інституалізуватися як достатньо впливова політична сила, стати помітним політичним актором навіть на макросоціальному рівні. Цей процес йде особливо швидко, коли в нього втягуються не лише пересічні громадяни, «незалежні інтелектуали», але коли такий новоутворений рух починає здобувати прихильників серед місцевих політиків, владних еліт, стимулюватися та спрямовуватися ними. Останні часто розглядають участь у регіональних рухах як шанс піднятися на загальнонаціональну політичну сцену, або, принаймні, частково компенсувати свій неуспіх на ній, дистанціювавшись від загальнодержавного політичного процесу і зосередившись «із патріотичних міркувань» на «ближчих, а отже і більш важливих» місцевих проблемах.

Подібні до русинських, галицьких, чернігівського «сударства» чи «спрямовані на збереження культурної самобутності угорської та румунської меншин» рухи потенційно можуть пройти у власному розвитку ті ж класичні фази: культурницько-просвітницьку – спроба набуття певної автономії на підставі утвердження власної ідентичності – претензії на повну самостійність, в т. ч. і з творенням власної державності.

Продовжуючи стадіальну характеристику регіоналізмів Б. Яловецького, можна сформулювати і завдання, які на цих стадіях реалізуються. Проте, відразу зробимо істотне зауваження: ці завдання можуть бути потрактованими саме так у двох випадках: по-перше, за умови що еліти реальної чи штучно сконструйованої меншини ставлять перед собою стратегічне завдання – трансформувати первинно регіоналістично спрямований рух у відверто сепаратистський, або, по-друге, коли, керуючись внутрішньою логікою, рух регіоналістичний стихійно трансформується у сепаратистський. Цілком очевидно що загроза проходження рухом всіх стадій та реалізація всіх виділених завдань на цих стадіях є істотно більшою у випадку із штучно сконструйованими «неоменшинами», які, власне часто і конструюються певними силами для саме цього.

Перша стадія регіоналістичних рухів, яку Б.Яловецький називає «фольклорним регіоналізмом», на наш погляд, може мати на меті інституалізацію меншини, яка включає формування її самобутнього образу, відповідної ідентичності та, відповідно, специфічних потреб. На другій - елітою меншини формується комплекс вимог, які виникають із специфічних потреб меншини і здійснюється пошук можливостей їхньої реалізації. При тому, і це особливо важливо для фіксування моменту, коли регіоналістичний рух переростає у сепаратистський, можливості для задоволення специфічних потреб меншини принципово шукаються поза межами соціополітичного та соціокультурного поля країни, в якій перебуває ця меншина.

Українські регіоналістичні рухи позірно мають багато спільного із аналогічними рухами у інших європейських країнах. Найбільш відомими прикладами з них нині є утворення мікродержавного типу Ліберленд (Сербія та Хорватія) [16], Кабуто із своєю «колонією» у Польщі [15], автономістські рухи Сілезії [17], та у італійських регіонах Ломбардія і Венето тощо. Основними причинами, які спонукають їх, є економічні (прагнення до врахування їх внеску в державний бюджет країни та, відповідно, спрямування більшої частини прибутків на місцеві потреби), соціокультурні (бажання ретельнішого врахування специфічних потреб населення регіону, яке становить певну субетнічну групу). Частину з них, наприклад Ліберленд чи Кабуто, із певним допуском можна потрактувати як різновидність модного серед інтелектуалів дауншифтингу. Проте європейські регіоналістичні та сепаратистські рухи мають, принаймні, одну істотну відмінність від українських – вони не стимулюються ззовні відповідними службами інших країн та не інспіруються ними, а отже їхньою основною метою не є «підігравання» державам-сусідам, спрямоване на руйнування суспільства, в якому вони з'являються.

В європейських країнах причинами регіоналізмів, як правило, є відновлення колишньої державності або прагнення до економічного добробуту. В результаті ці регіональні рухи прагнуть до більшої суб'єктності та самостійності, чи, принаймні, розширення автономії в межах існуючих державних утворень, а не до приєднання до іншої держави, котра і стимулює ці рухи. В Україні – це не лише прагнення приєднатися до іншої країни, але, і що особливо важливо – до країни, яка зробила інший цивілізаційний вибір, орієнтується на створення, збереження і консервацію химерної суміші імперського у варіантах царської Росії та СРСР, хоча і, принаймні зовнішньо та формально, модернізованого до вимог сучасного світу суспільства. Ця гібридність відображається і у означеннях суспільства, прийнятих його архітекторами та ідеологами: «євразійське», з «керованою демократією» тощо. Таким чином, зусилля, спрямовані на збереження єдності України, з повним правом можна трактувати як зусилля, спрямовані на захист і утвердження модерного суспільства у його європейському, чи ширше – західному цивілізаційному варіанті.

Висновки. Сепаратистські рухи, що нині актуалізувалися в Україні, є наслідком ігнорування та недооцінювання конфліктогенного потенціалу ряду регіонально локалізованих ідентичностей: реальних етнічних, субетнічних, чи штучно сконструйованих псевдоетнічних в їхньому найширшому розумінні. Серед останніх яскравими прикладами можуть бути «народ Криму», «народ Донбасу», чи «народ Новоросії», які з'явилися в результаті роботи політичних та пропагандистських структур Росії. Етнокультурні відмінності (реальні, чи фантазійні), нашаровуючись на несприйняття дій центральної влади, підсилюючись як певними колами регіональних еліт, так і сусідніми державами, можуть стати передумовами сепаратизму, а отже є загрозою цілісності держави. Результатом пошуку «близького свого» носіями «регіонально орієнтованих» ідентичностей часто є те, що власне «своїм» (не без «пояснень» зацікавлених структур сусідніх держав) постає не співгромадянин країни, в якій проживає носій такого роду ідентичностей, а громадянин іншої, часто вороже налаштованої країни, що є носієм тих же, чи подібних мови, елементів культури, світогляду, тощо.

Досвід сучасної України демонструє очевидний факт: ігнорування владою та елітами країни реальних регіональних відмінностей із відповідними до них груповими та індивідуальними ідентичностями, недостатнє культивування в суспільстві об'єднавчих ідентичностей, якими у сучасних плюралістичних суспільствах могли б стати власне громадянські у широкому їх розумінні ідентичності, а не вузько регіональні чи етнічні, створює загрозу розколу країни, істотних ускладнень у функціонуванні всього суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Знову про ЗНО: В окремих селах Закарпаття тести з української мови не склали 100% випускників [Електронний ресурс] // Mukachevo.net. 2017, 4 вересня - Режим доступу до ресурсу: <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/240617>. Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
2. Как в Чернигове царь объявился [Електронний ресурс] // Страна.ua. 2016, 16 червня - Режим доступу до ресурсу: <https://strana.ua/articles/special/17883-v-chernigove-nikak-ne-pojmayut-fejkovogo-carya.html>. Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
3. Кононов И., Хобта С., Щудло С. Донбас и Галичина в региональной системе Украины [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: www.academia.edu/1905128. Дата звернення до ресурсу – 2.11.2017.
4. Маланчук О., Черниш Н., Сусак В. Форсований вибір: ідентичності та постави до і після Майдану // Український соціум. 2016. № 4(59). С.8-19.

5. Матеріали круглого столу «Регіони України: що нас роз'єднує та що об'єднує?» - погляди соціологів», ХНУ 18.04.14. [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/news/materiali-kruglogo-stolu-regioni-ukrayini-shcho-nas-roziednuie-ta-shcho-obiednuie-poglyadi>. Дата звернення до ресурсу – 15.11.2017.
6. "Титульный суверенный народ Украины": СБУ ликвидировала псевдогосударство в Черниговской [Електронний ресурс] // РБК-Україна. 2016, 20 жовтня - Режим доступу до ресурсу: <https://styler.rbc.ua/rus/zhizn/titulnyy-suverenny-narod-ukrainy-sbu-likvidirovala-1476977388.html>. Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
7. Общество без доверия / под редакцией Е. Головахи, Н. Костенко, С. Макеева. К.: Институтсоциологии НАН Украины, 2014. 338 с.
8. Офіційний сайт Титульного Суверенного Народу України [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <http://tspu.congres-spu.info/> Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
9. Прохасько Т. Ваді українського імперіалізму // Галицький кореспондент. 2008, 24 січня.
10. Результати національних щорічних моніторингових опитувань 1992-2016 рр. Таблиці. - С. 427-545.
11. [Стан сингулярності: соціальні структури, ситуації, повсякденні практики / С. Макеев, С. Оксамитна, А. Домаранська, О. Іванов, Т. Костюченко, Л. Малиш, Т. Марценюк, С. Стукало ; за ред. С. Макеева і С. Оксамитної. К. : НаУКМА, 2017. 180 с.](#)
12. Стегній А., Чурилов М. Регіоналізм в Україні як об'єкт соціологічного дослідження. К.:Б.в, 1998. 217 с.
13. Яремчук О. Тарас Возняк: «Галицький сепаратизм – не більше ніж кабінетна гра» // День. 2014, 20 березня.
14. Jalowiecky В. Regionalizm // Encyklopedia Socjologii.Т.3. Warszawa, 2006. S.282-283
15. Kingdom of Kabuto [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://governmentkabuto.info/pl> Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
16. Liberland [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://liberland.org/en/about/>. Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
17. Ruch Autonomii Śląska (RAŚ) [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <http://autonomia.pl/>. Дата звернення до ресурсу – 3.11.2017.
18. Table of Contents World Happiness Report 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf. Дата звернення до ресурсу – 24.04.2018.

REFERENCES

1. Znovu pro ZNO: V okremykh selakh Zakarpattya testy z ukrayins'koyi movy ne sklaly 100% vypusnykiv, *Mukachevo.net*, September 4, 2017, accessed November 3, 2017, <http://www.mukachevo.net/ua/news/view/240617> [in Ukrainian]
2. Rezul'taty natsional'nykh shchorichnykh monitorynhovykh opytuvan' 1992-2016 rr. Tablytsi, 427-545. [in Ukrainian]
3. Makeyev S. et al. Stan synhulyarnosti: sotsial'ni struktury, sytuatsiyi, povsyakdenni praktyky [The state of singularity: social structures, situations, everyday practices], (Kyiv: NaUKMA, 2017), 180. [in Ukrainian]
4. Stehniy A., Churylov M. Rehionalizm v Ukrayini yak obyekt sotsiolohichnoho doslidzhennya [Regionalism in Ukraine as an object of sociological research] (Kyiv, 1998), 217. [in Ukrainian]
5. Yaremchuk O. "Taras Voznyak: «Halyts'kyy separatyzm – ne bil'she nizh kabinetna hra»" [Taras Voznyak: «Galician separatism - no more than a board game»] *Den'*, March 20, 2014, accessed November 15, 2017. [in Ukrainian]
6. "Kingdom of Kabuto", accessed November 3, 2017, <https://governmentkabuto.info/pl> [in Polish]
7. "Liberland", accessed November 3, <https://liberland.org/en/about/> [in English]
8. "Ruch Autonomii Śląska (RAŚ)", accessed November 3, 2017, <http://autonomia.pl/> [in Polish]
9. Table of Contents World Happiness Report 2018, accessed April 24, 2018, https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf [in English]
10. "Kak v Chernyhove tsar' ob'yavylsya", *Strana.ua*, June 16, 2016, accessed November 3, 2017, <https://strana.ua/articles/special/17883-v-chernigove-nikak-ne-pojmayut-fejkovogo-carya.html> [in Russian]
11. Jalowiecky B. "Regionalizm" [Regionalism], *Encyklopedia Socjologii.T.3.* (Warszawa, 2006), 282-283. [in Polish]
12. Kononov Y., Khobta S., Shchudlo S. Donbas i Halychyna v rehyonal'noy systeme Ukrayny [Donbas and Galicia in the regional system of Ukraine], accessed November 2, 2017, www.academia.edu/1905128. [in Russian]
13. Malanchuk O., Chernish N., Susak V. Forsovanyy vybir: identychnosti ta postavy do i pislya Maydanu [The forced choice: identity and posture before and after the Maidan], *Ukrayins'kyy sotsium*, № 4(59) (2016): 8-19. [in Ukrainian]

14. Materialy kruhloho stolu "Rehiony Ukrainy: shcho nas roz"yednuye ta shcho ob"yednuye?" - pohlyady sotsiologiv» (Kyiv, KHNU, 18.04.14.), accessed November 15, 2017, <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/news/materiali-kruglogo-stolu-regioni-ukrayini-shcho-nas-roziednuie-ta-shcho-obiednuie-poglyadir> [in Ukrainian]
15. "Tytul'nyy suverenyy narod Ukrainy": SBU lykvydurovala psevdohosudarstvo v Chernyhovskoy, *RBK-Ukrayina*, October 20, 2016, accessed November 13, 2017, <https://styler.rbc.ua/rus/zhizn/titulnyy-suverenyy-narod-ukrainy-sbu-likvidirovala-1476977388.html> [in Ukrainian]
16. Obshchestvo bez doverya " [Society without trust], pod redaktsyey E. Holovakhy, N. Kostenko, S. Makeeva (Kyiv: Instytut sotsyolohyy NAN Ukrainy, 2014), 338. [in Russian]
17. "Ofitsynnyy sayt Tytul'noho Suverennoho Narodu Ukrainy, accessed November 3, 2017, <http://tspu.congres-spu.info/> [in Ukrainian]
18. Prokhaz'ko T. "Vady ukrayins'koho imperializmu" [Defects of Ukrainian imperialism], *Halyts'kyi korespondent*, January 24, 2008, accessed November 15, 2017. [in Ukrainian].

Savka V., Shkoliar M.

NEW IDENTITY: THE REALITY OF PLURALISTIC SOCIETY, OR GAMES FOR DISUNITY

The internal factors and externally inspired causes of the regionalist, irredentist and separatist movements in modern Ukraine are analyzed in this article. Among the threats to national security and the existence of the country as a whole, problems connected with the differences between ethno, linguistic, socio-cultural and other kinds of identities of inhabitants living in different regions are distinguished. In the conditions of unfavorable social climate in the state and total mistrust of power institutions, these differences are used both by certain circles of regional elites and neighboring states in order to provoke the split of the country.

The analysis of the whole complex of internal Ukrainian problems, which have been formed for a long time and became the factors of the formation of different, often opposite, identities of citizens in different regions of Ukraine is made. The tendencies of identities dynamics of Galicia and Donbass inhabitants were observed on the basis of the materials of empirical sociological research carried out during 1994-2015 by research groups from Lviv and Luhansk.

Variants of threats to the unity of the state, generated by various types of regionalist and irredentist trends are singled out. The forms of manifestation of centrifugal and separatist movements in modern Ukraine are described in a rather wide range, from fantasy micro-state entities (self-proclaimed "state" of the "title sovereign people" in one of the villages of Chernigiv oblast,) to the well-known separatist Donetsk and Luhansk pseudo-republics.

Attempts have been made to reconstruct certain historic local communities through the prism of possible threats to the integrity of the country as well as to formulate, on their basis, not only cultural but also socio-political movements that potentially can grow into separatist, with the claims to create their own statehood: Rusyn trends in Transcarpathia, historical and cultural experiments on the renovation of the Galician community, which "was defeated as a result of the Galician principality conquest by the Volyn aggressors in the 13th century" and others.

We made a comparison between the nature of the Ukrainian regionalist movements and similar movements in other European countries (Liberland, Kabuto, autonomous movements in Polish Silesia and in the Italian regions of Lombardy and Veneto). It is found that the causes of regionalism in Europe, as a rule, are the restoration of elements of the former statehood or the desire for economic well-being. As a result, these regional movements are striving for greater subjectivity and independence, for expanding autonomy within the existing state structures, but not for joining some other state, which stimulates these movements, as in the case of Russia having conquered the eastern territories of Ukraine and the Crimea.

The attention is focused on the fact that centrifugal, regional and irredentist movements, which are currently being active in Ukraine, are the result of ignoring and underestimating the conflict potential of a number of regionalized localized identities (real ethnic, subnational, or artificially constructed pseudo-ethnic) by the central authorities, the rejection of a number of government's actions, as well as propagandist activities of regional elites and neighboring states interested in weakening of the consolidating identities and, accordingly, violation of the integrity of the country.

The necessity of cultivating unifying identities in society is substantiated, and civilian identities in their broad sense are recognized as those potential unifying identities as opposed to regional or ethnic in modern pluralistic societies.

Key words: identity, regionalism, separatism, consolidation of society

Стаття надійшла до редколегії 12.10.2018

Прийнята до друку 20.11.2018

1	2
<i>Духовні цінності як духовний світ, світогляд</i>	духовний світ людини, моральність і чесноти
	це стрижень моральності
	це певні ідеї, уявлення, спрямовані на об'єкти нематеріального характеру
	це сукупність чинників, що впливають на формування людського світогляду
	це сукупність релігійних, світоглядних, культурних начал, які визначають поведінку та переконання людини
	це знання і розуміння, що людина має безсмертну душу і смертне тіло. Треба виконувати 10 Заповідей Божих і мати мир та спокій в душі, боятись гріха
	це підґрунтя справжнього християнина
	це сукупність чинників, які позитивно впливають на формування людського світогляду
	це віра, надія, любов, милосердя, моральність, взаємоповага між людьми, гуманність, дружба, любов тощо
	це те, що має для людини велике значення протягом усього її життя
духовними цінностями володіє духовно багата особистість, яка усвідомлює свою відповідальність перед Богом, Батьківщиною, народом та сім'єю	

Як видно з таблиці, значне число визначень духовних цінностей передусім пов'язується із самою людиною. На думку експертів, невіддільні від особистості її здобутки, внутрішні риси, переконання, процеси розуміння, зокрема таких понять як добро і зло, милосердя, краса, віра, відповідальність, обов'язок тощо. Іншими словами, це те, чим вона володіє, це те, що вона отримує в процесі пізнання чи спілкування. Наголошується на тому, що духовні цінності – це свого роду внутрішні якості (риса) людини, які співвідносяться з загальнолюдськими цінностями, знаходять свій вияв у значущих життєвих ситуаціях. З іншого боку, з особистістю пов'язані чесноти (внутрішні), які невіддільні від свідомості людини та керують її вчинками, яких вона дотримується протягом свого життя. Значною мірою чесноти як внутрішні імперативи людини є основою моральних законів, принципів і цінностей. Зокрема, у християнстві чесноти отожднюються з духовними цінностями. Вони визначають, насамперед, ставлення людини до світу вищого, до Бога, а через нього й до інших людей. З огляду на це основними цінностями вважають: віру, надію і любов [24]. До важливих персональних чеснот відносяться розсудливість, справедливість, мужність, стриманість. Буття людини – це чинити добро, виявляти у всьому свої моральні якості.

Інший аспект аналізу – розгляд духовних цінностей в категоріях діяльності. На що звертають увагу експерти? Найперше на те, що духовні цінності є результатом духовної діяльності, яка закладає основи християнського життя. Окрім того, духовні цінності є наслідком духовних практик (позитивних), які впливають на формування особистості. Діяльнісний аспект в аналізі духовних цінностей – це розгляд їх в категоріях цілей, які ставить перед собою людина, надаючи їм значення життєвих орієнтирів, відповідної мотивації, а також тут є особливий акцент на її повсякденному житті, сповненому проявами милосердя та любові до інших. Важливим елементом аналізу у цьому контексті є нормативна складова духовних цінностей, адже вони покликані виконувати регулю-

ючу роль у людській екзистенції. Звідси їх розгляд експертами в категоріях моральних (духовних) норм, нормативних систем, моделей поведінки, відповідних правил, якими керується індивід. У цьому сенсі одним з лаконічних експертних визначень духовних цінностей є їхнє тлумачення як внутрішнього «законодавства» кожної особи. Доповненням такого розуміння духовних цінностей є розгляд їх в якості дороговказу, духовного орієнтиру, що задають загальну стратегію поведінки індивіда в суспільстві, закладають основи його ставлення до себе та інших, визначаючи місце в системі людських відносин.

Духовні цінності – це не лише норми, але й принципи, ідеї, переконання, нематеріальні установки, «вершинні» цінності, які зазвичай не підлягають компромісам та сприяють особистісному розвитку і морально-духовному зростанню. У такому розумінні (який позначено нами як «духовні цінності як принципи») ми знаходимо найбільше експертних визначень. На основі принципів, ідей, поглядів формується світогляд. На думку окремих експертів, духовні цінності як духовний світ – це світогляд людини, що за певних обставин перетворюється на засіб формування особистості, що робить її більш стійкою до життєвих випробовувань. У цій площині розвивається погляд, що духовні цінності – це сукупність чинників, які впливають на формування не лише людського світогляду, але й закладають стрижень моральності, основи переконань.

Ще одна площина визначення духовних цінностей експертами – це їх розгляд як надбання багатьох поколінь, як важлива культурна складова суспільства, адже саме культура є предметним полем їх формування. Духовні цінності – це те, що є важливим для людини поза матеріальним світом, це те, що акумулює загальнолюдські цінності. У прикладному вимірі це знаходить вихід у розгляді духовних цінностей як головного чинника (засобу) у вихованні людини та її соціалізації. Адже, на думку одного з експертів, «духовні цінності є результатом того, як виховали людину її батьки».

Варто зазначити, що експерти запропонували свій перелік духовних цінностей. За кількістю найбільшого числа виборів у експертів є цінність «Любов» (44,4 %). Друге місце посіла цінність «Людяність» (40,0 %), третє – «Чесність» (36,7 %). Серед інших, не менш значущих духовних цінностей, «Повага до людської гідності» (33,3 %), «Ввічливість» (30,0 %), «Релігійність» (27,8 %), «Взаємопідтримка» (27,8 %), «Щирість» (27,8 %), «Жертовність» (26,7 %), «Порядність» (25,6 %). Усього перелік охоплював 60 категорій цінностей.

Висновки. За результатами проведеного аналізу відповідей експертів у зміст поняття «духовні цінності» закладено чотири виміри: *особистісний, діяльнісно-нормативний, світоглядний та цивілізаційно-культурний*. Кожен із зазначених вимірів посідає особливе місце в системі формування духовності. На ранніх етапах формування особистості значущим є передусім особистісний та діяльнісно-нормативний вимір, що пов'язано із становленням особистості у процесі соціалізації. На значно пізніших стадіях особистісного розвитку зростає вага світоглядного виміру, а для вже зрілої особистості – цивілізаційно-культурного. Відповідно формування духовних цінностей – це складний механізм формування передусім високодуховних потреб і мотивів, високих моральних цілей та смислів буття людини, яка відповідальна за свої дії та вчинки перед собою, громадою та суспільством. Відтак, духовні цінності протистоять вузьким егоїстичним інтересам, утилітарно-прагматичним цінностям. *Духовні цінності – це те,*

що спонукає людину не лише до самовдосконалення, але й до активної світоглядно-діяльнісної активності, спрямованої на творення власного і позаособистісного духовного середовища на засадах культурно-цивілізаційного поступу людства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Баева Л. В. Духовність личности с позиции экзистенциальной аксиологии / Л. В. Баева // *Философия образования*. – 2003. – № 8. – С. 46–57.
2. Бех І. Д. Цінності як ядро особистості / І. Д. Бех // *Цінності освіти і виховання: наук. метод. зб. / за заг. ред. Сухомлинської О. В.; АПН України*. – Київ, 1997. – С. 8–12.
3. Бурдые П. Начала: сборник: пер. с фр. Н. А. Шматко / П. Бурдые. – Москва : SocioLogos : Фирма «Адапт», 1994. – 288 с.
4. Воропаєва В. Г. Формування духовних цінностей як субстанційна основа становлення особистості в умовах кризового соціуму / В. Г. Воропаєва // *Соціальні технології*. 2011. – № 51. – С. 364–373
5. Гусаківська С. С. Духовні цінності у формуванні особистості майбутнього вихователя ДНЗ / С. С. Гусаківська // *Проблеми загальної та педагогічної психології*, т. XIII, ч. 4. – 2011 // *Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПНУ*. – С. 120–126.
6. Гжегорчик А. Вступ до раціоналістичної філософії / А. Гжегорчик [Пер. з польської О. Гірний, Б. Домбровський]. – Варшава-Львів, 1997. – 263 с.
7. Джигун Л., Духовно-моральні цінності і орієнтація особистості / Л. М. Джигун, Л. В. Цвяк // *Педагогічна освіта: теорія і практика*. – 2011. – Вип. 8. – С. 26–31.
8. Дудченко В. С. Ненасилля як духовний фактор соціокультурного розвитку людства: соціально-філософський аналіз. [Монографія] / В. С. Дудченко. – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський нац. ун-т ім. Івана Огієнка, 2010. – 160 с.
9. Маценко Ж. М. Новітня парадигма духовності: філософсько-психологічне підґрунтя / Ж. М. Маценко // *Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. пр. інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*. – 2011. – Т. XII. – Ч. 4. – С. 292–301.
10. Москалець В. Психологія релігії: навчальний посібник / В. П. Москалець. – Київ : Академвидав, 2004. – 240 с.
11. Мукомел С. А. Формування духовних цінностей старшокласників в умовах соціально-виховуючого середовища : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Мукомел Світлана Анатоліївна. – Луганськ, 2005. – 20 с.
12. Орел В. В. Соціальний досвід як джерело індивідуалізації особистості / В. В. Орел // *Вісник НТУУ «КПІ»*. Філософія. Психологія. Педагогіка : зб. наук. пр. – Київ : Політехніка. – 2009. – № 3 (27). – Ч. 2. – С. 147–151.
13. Пірен М., Ребкало В. Духовність особистості – основна цінність демократичного суспільства / М. Пірен, В. Ребкало // *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. – 2011. – Вип. 2. – С. 228–236.
14. Победа Н. А. Возрождение духовности как предмет социологического анализа / Н. А. Победа // *Методология, теория та практика социологического анализа современного общества: Збірник наукових праць*. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2000. – С. 43–52.
15. Попович Н. М. Зміст і структура професійно-особистісного досвіду / Н. М. Попович // *Педагогічна освіта: теорія і практика*. – 2012. – Вип. 12. – С. 130–134.
16. Руткевич Е. Д. «Социология духовности»: проблемы становления / Е. Д. Руткевич // *Вестник Института социологии*. – 2014. – № 2 (9). – С. 37–65.

17. Ручка А. Интегралістська соціологія Пітирима Сорокіна / А. Ручка // Соціологічна теорія: традиції та сучасність : навчальний посібник / за ред. А. Ручки. – Київ : Ін-т соціології НАН України, 2007. – 363 с.
18. Ручка А. Ціннісна зміна як провідна тема сучасного соціологічного аналізу / А. Ручка // Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв / гол. ред. М. С. Тимошик. – Число 1. – У 2-х ч. – Ч. 2. – Київ : КНУКІМ, 2013. – 328 с. – С. 163–169.
19. Савельєв Ю. Б. Емансипаційні цінності і толерантність у контексті модернізації українського суспільства [Електронний ресурс] / Ю. Б. Савельєв. – Режим доступу: <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-1-2015/68-81.pdf>.
20. Сокурянська Л. Г. Духовний світ сучасного студентства: теоретичні підходи та категоріальний апарат дослідження / Л. Г. Сокурянська // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – 2012. – № 993. – Вип. 29. – С. 151–157.
21. Тезаурус соціології: темат. слов.-справ. / под ред. Ж. Т. Тощенко. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 487 с.
22. Токарева С. Б. Проблема духовного опыта и методологические основания духовности / С. Б. Токарева. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2003. – 256 с.
23. Черепанова С. О. Філософія родознавства : навч. посібник / С. О. Черепанова. – Київ : Знання, 2008. – 460 с.
24. Шевчук З. М. Особливості психологічного змісту духовних цінностей особистості та їх розвиток у виховному діапазоні / З. М. Шевчук // Проблеми сучасної психології. – 2010. – Вип. 10. – С. 842–852.
25. Шелер М. Избранные произведения / М. Шелер; сост. и науч. ред. А. А. Денежкина; пер. с нем. А. В. Денежкина, А. Н. Маминкина А. Ф. Филиппова. – Москва : Гносис, 1994. – 490 с.
26. Шкіренко О. В. Психологічний зміст духовних цінностей і культури особистості майбутнього професіонала [Електронний ресурс] / О. В. Шкіренко. – Режим доступу : <http://lib.iitta.gov.ua/5995/>.
27. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка; [пер. с польск. С. М. Червонной]. – Москва : Логос, 2005. – 664 с.
28. Mariański J. Moralność w kontekście społecznym / J. Mariański. – Kraków: NOMOS, 2014. – 333 s.
29. Rejman K. Kapitał społeczny w kontekście teorii społeczeństwa obywatelskiego / K. Rejman // Społeczeństwo obywatelskie. Modele teoretyczne i praktyka społeczna, red. E. Balawajder. Lublin: KUL, 2007. – S. 59–70.
30. Tischner J. Myślenie według wartości / J. Tischner. – Kraków : Znak, 1982. – 700 s.

REFERENCES

1. Bajeva L. V. Spirituality of a person from point of view of existential axiology. *Philosophy of education*. 2003. № 8. – Pp. 46–57. (in Russian)
2. Beh I. D. *Values as a core of personality*. *Values of education*. Academy of pedagogical sciences of Ukraine. 1997. Pp. 8–12. (in Ukrainian)
3. Bourdieu P. *The beginning*. SocioLogos. Adapt. 1994. (in Russian)
4. Voropajeva V. G. The formation of the mental values as a substantial basis for the personality formation in the circumstances of social crisis. *Social technologies*. 2011. № 51. Pp. 364–373 (in Russian)

5. Husakivska S. S. Mental values in the formation of personality of a teacher of educational institution. *Problems of general and pedagogic psychology*. NAPNU. Pp. 120–126. (in Ukrainian)
6. Gzhegorczyk A. *The invitation to the rationalistic philosophy*. Warsaw-Lwow, 1997. (in Ukrainian)
7. Dzhygun L., Cvyak L. Mental and material values and orientations of personality. *Pedagogical education: theory and practice*. 2011. Vol. 8. Pp. 26–31. (in Ukrainian)
8. Dudchenko V. S. Non-violence as a spiritual factor of sociocultural development of human kind: social and philosophical analysis Kamianetsk-Podilskii national Ivan Ohienko university. 2010. (in Ukrainian).
9. Macenko Zh. M. New paradigm of spirituality: philosophic and psychological basis. *Problems of general and pedagogic psychology*. 2011. Vol. XII. 4. Pp. 292–301. (in Ukrainian)
10. Moskalec V. *Psychology of religion: teaching manual*. Akademydav. 2004. (in Ukrainian)
11. Mukomel S. A. The formation of the mental values of high school students in the context of educational environment. Dissertation for candidate of pedagogical science. Luhansk. 2005. (in Ukrainian)
12. Orel V. V. Social experience as a source of the individualization of personality. *Visnyk NTUU KPI. Philosophy. Psychology. Pedagogics*. 2009. № 3 (27). vol. 2. Pp. 147–151. (in Ukrainian)
13. Piren M., Rebkalov V. Spirituality of a person – the main value of democratic society. *Visnyk of the president of Ukraine National academy of management*. 2011. Vol. 2. Pp. 228–236. (in Ukrainian)
14. Pobeda N. A. Renaissance as an object of sociological analysis. *Methodology, theory and practice of the sociological analysis of contemporary society*. Kharkiv. Kharkiv university publishing. 2000. Pp. 43–52. (in Russian)
15. Popovych N. M. Content and structure of the professional and personal experience. *Pedagogical education: theory and practice*. 2012. Vol. 12. Pp. 130–134. (in Ukrainian)
16. Rutkevich E. D. „Sociology of spirituality”: problems of genesis. *Vestnik of the Institute of sociology*. 2 (9). 2014. Pp. 37–65. (in Russian)
17. Ruchka A. *Integral sociology of Pitirim Sorokin. Sociological theory: tradition and modernity*. Institute of sociology. 2007. (in Ukrainian)
18. Ruchka A. The transformation of values as a main theme of contemporary sociological analysis. *Ukrainian informational space*. Issue 1. Vol. 2. 2013. Pp. 163–169 (in Ukrainian)
19. Saveljev Yu. B. *Emansipational values and tolerance in the context of the modernization of contemporary Ukrainian society*. Accessed 21.03.2017 <http://www.ukr-socium.org.ua/Arhiv/Stati/US-1-2015/68-81.pdf>.
20. Sokuryanska L. Mental world of modern students: theoretical approaches and concepts of study. *Visnyk of Kharkiv National University. Series „Sociological studies of modern society: methodology, theory and methods”*. 2012. № 993. Vol. 29. Pp. 151–157.
21. *Thezaurus of sociology: vocabulary*. Moscow. Unity-Dana. 2009. (in Russian)
22. Tokareva S. B. *Problem of spiritual experience and methodological basis of spirituality*. Volgograd. 2003. (in Russian)
23. Cherepanova S. O. *Philosophy of geneology: teaching manual*. Kyiv. Znannya. 2008. (in Ukrainian)
24. Shevchuk Z. M. *The peculiarities of the psychological content of mental values and their development*. *Problems of modern psychology*. 2010. Vol. 10. Pp. 842–852. (in Ukrainian)
25. Sheller M. *Selected works*. Moscow. Gnosis. 1994. (in Russian)
26. Shkirenko O. V. Psychological essence of mental values and culture of the personality of future specialist. Accessed 21.04.2017 <http://lib.iitta.gov.ua/5995/>

27. Sztompka P. Sociology. Analysis of the contemporary society. Moscow. Logos. 2005.(in Russian)
28. Mariański J. Moralność w kontekście społecznym. Kraków: NOMOS, 2014. (in Polish)
29. Rejman K. Kapitał społeczny w kontekście teorii społeczeństwa obywatelskiego. Społeczeństwo obywatelskie. Modele teoretyczne i praktyka społeczna, red. E. Balawajder. Lublin: KUL, 2007. S. 59–70. (in Polish)
30. Tischner J. Myślenie według wartości. Kraków: Znak, 1982. (in Polish)

Стаття надійшла до редколегії 14.06.2017

Прийнята до друку 21.08.2017

TO THE PROBLEM OF SPIRITUAL VALUES IN SOCIOLOGICAL DISCOURSE

Y. Pachkovskyi

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska, Str. 1, 79000, Lviv,
pachk@ukr.net*

M. Blikhar

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska, Str. 1, 79000, Lviv,
mblikhar82@gmail.com*

The problems of spiritual values in relation to the category of «spirituality» were analyzed in the article. Attention was paid to the fact that in modern scientific discourse spiritual values are regarded as the product of activity (primarily on internal, centered on the individuality, entire individual sense of good and evil); as a sort of guidelines that define the meaning of human existence and social groups, society; as something that is inseparable from the moral and legal regulation of human's behavior and interpersonal relationships; as the vertex achievements of mankind; as internal belief based on a long-term socialization in a certain socio-cultural environment. The results of the expert survey the formal and logical criteria for division of spiritual values were defined. The following includes: spiritual value as a personal trait; spiritual values as activity; moral values as the norm; moral values as principles; moral values as attitudes to themselves and others; moral values as a guide; spiritual values and heritage as an element of culture; moral values as intangible items; moral values as means of education; spiritual values as the spiritual world, outlook. The study of the concept of «spiritual values» laid in four dimensions: personal, action-normative, ideological and civilization-cultural. The proposal author's determination of spiritual values was based on these facts. According to that the spiritual values mean something that encourages people not only to improve themselves, but also to active participate in ideological activity aimed at creating of personal and out-of-personal spiritual environment on the basis of cultural and civilizational development of mankind.

According to the results of the analysis of experts' answers in the content of the concept of «spiritual values», there are four dimensions: personal, activity-normative, ideological and

civilizational-cultural. Each of these measurements holds a special place in the system of formation of spirituality. In the early stages of personality formation, the most important is personal and activity-normative dimension, which is connected with the formation of the individual in the process of socialization. Accordingly, the formation of spiritual values is a complicated mechanism for the formation of high-spiritual needs and motives, high moral goals and meanings of being of a person who is responsible for his actions, the community and society. Consequently, spiritual values resist narrow selfish interests, utilitarian and pragmatic values. Spiritual values are what prompts a person not only to self-improvement, but also to activity aimed at the creation of an own and extra-personal spiritual environment on the basis of the cultural and civilizational progress of humanity.

Key words: spirituality, spiritual values, formal and logical separation, cultural and civilizational progress.

СТОСУНКИ ЧИТАЧА ТА КНИГИ В СУЧАСНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

С. К. Андрейчук

*Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Коновальця 4, м. Львів, Україна, 79044,
a_stanislav@ukr.net*

В. І. Когут

*Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Коновальця 4, м. Львів, Україна, 79044,
kohut_vitaliy@ukr.net*

О. О. Морушко

*Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Коновальця 4, м. Львів, Україна, 79044,
morushkoo@gmail.com*

У статті проаналізовано особливості взаємодії між книжкою та читачем на сучасному етапі розвитку людства. Описано рівні простору, на яких протікає комунікація між читачем та книжкою. Надано практичні рекомендації щодо пошуку і знаходження друкованої літератури під конкретного читача, спираючись на метод соціонічного аналізу. Розкрито переваги використання цього методу при практичній взаємодії читача і книжки. Використовуючи метод соціонічного аналізу можна обирати для навчання і самоосвіти таку літературу, яка буде найбільш засвоєною будь-якою людиною. Знання власної ментальності і вміння визначати ментальність інших людей, в тому числі й авторів друкованої літератури, дає змогу заощаджувати час на пошук оптимальних для нас друкованих видань. Процес інформатизації сучасного суспільства спонукатиме авторів та споживачів друкованої інформації до певної соціонічної спеціалізації, коли те чи інше видання буде орієнтованим на певний соціонічний сегмент суспільства.

Ключові слова: читач, книжка, соціокультурне середовище, соціонічний аналіз.

Книга – це складова та головний носій загальної культури. Її образ складається з багатьох чинників, які несуть у собі пізнавальну, моральну, естетичну та іншу інформацію. Якою б за формою книга не була, вона стає універсальним зберігачем соціального

досвіду. Книга має двоїтий і навіть багатоманітний характер. Вона може виступати і засобом збереження інформації для людей наступних поколінь, і засобом комунікації, і у вигляді товару [1].

Книга як засіб спілкування, передання інформації і культурологічний чинник існує вже не одну сотню років. Важко переоцінити значення феномену книги в історії розвитку людства. Проте вік інформаційних технологій висуває до сучасної книги нові вимоги і виклики, з якими сучасна книга просто зобов'язана справитися. Які ж з них, на нашу думку, є найсуттєвішими?

По-перше, нові часи надають нові можливості для споживачів інформаційної продукції. Інтернет заповнила величезна кількість електронних книжок, серед яких дуже легко загубитися. Очевидно, що в умовах існування інформаційного суспільства, усі ми просто зобов'язані навчитися оперативної і якісної працювати з книжками, серед величезного книжкового масиву вміти знаходити саме *свої* книжки, ті, що допоможуть нам духовно збагатитись, допоможуть нам розкрити свій внутрішній потенціал, нададуть можливість самовираження.

По-друге, ми не можемо собі дозволити занадто багато часу витратити на пошук та усвідомлення необхідної інформації. Отже, інформативна насиченість і доступність матеріалу, викладеного у книзі, стає запорукою її успішності серед читачів. Розповідати про найскладніші речі простою і доступною мовою – ось основна вимога потенційного читача до своєї книги.

По-третє, і це найголовніше, – ми живемо і комунікуємо у відкритому соціальному просторі, а це означає, що наша успішність значною мірою залежить від того, наскільки швидко і вдало ми можемо доносити свої почуття і думки до оточуючих. Від інформаційного книжкового продукту, який ми споживаємо, ми також будемо очікувати отримати практичні знання з комунікації, які дадуть змогу нам бути повноцінними і успішними представниками соціуму.

Отже, сучасна книга як інформаційний продукт, повинна бути інформативною, науковою, доступною і корисною водночас.

У процесі читання ми вступаємо в безпосередній контакт з автором книжки: погоджуємось чи не погоджуємось з ним, намагаємось доповнити чи уточнити деякі його твердження і думки, одним словом, вступаємо в діалог з автором.

На думку Умберто Еко, автор, створюючи текст, застосовує низку кодів, за допомогою яких він надає певного змісту своїм висловлюванням. При цьому автор (якщо він призначає свій текст для комунікації) повинен виходити з того, що комплекс застосовуваних ним кодів – такий самий, як і у його можливого читача. Інакше кажучи, автор повинен мати на увазі якусь модель можливого читача, який зможе інтерпретувати закладений зміст точно в такому ж дусі, в якому письменник їх створював [2, с. 9].

Для глибшого розуміння процесу контактування між читачем і книгою, варто згадати про теорію інформаційного метаболізму, розроблену польським вченим-психіатром А. Кемпінським. Згідно з цією теорією, зовнішні інформаційні сигнали, що приймаються психікою, уподібнюються їжі, яку для процесу енергетичного метаболізму отримує організм, тобто як їжа, необхідна для енергетичного метаболізму організму, так і інформаційні сигнали – для інформаційного метаболізму психіки. Процеси інформаційного метаболізму спрямовані на встановлення контролю над дійсністю, на

досягнення можливості маніпулювати нею [3, с. 238].

З точки зору типології, розробленої К. Г. Юнгом, кожна людина є не тільки індивідумом і представником людського роду, але й представником певного типу інформаційного метаболізму. Можна стверджувати, що інформаційний метаболізм є тим самим кодом, за допомогою якого передається інформація [4, с. 27].

На основі типології К. Г. Юнга й теорії інформаційного метаболізму А. Кемпінського у середині 70-х років ХХ ст. литовською вченою А. Аугустинавичюте була створена наука соціоніка. За визначенням самої Аугустинавичюте, соціоніка є наукою про соціон, соціонну структуру суспільства, про різні типи інформаційного метаболізму і різні форми відносин між ними, про структуру і функціонування моделі інформаційного метаболізму [4, с. 33].

Згідно з соціонічною теорією, існує 16 різних типів інформаційного метаболізму (ТІМ). По суті, це 16 різних типів сприйняття інформації з оточуючого середовища. Отже, з достатньо високим ступенем імовірності можна стверджувати, що залежно від ТІМ автора книжки і читача, між ними будуть виникати достатньо різні взаємодії.

Цих 16 типів об'єднані у 4 соціонічних квадри. Згідно з формулюванням А. Аугустинавичюте, типи, що входять до однієї квадри, об'єднані між собою певною спільністю інтересів та відсутністю можливостей конфлікту. Вирізняються взаєморозумінням і виключно продуктивною і плідотною співпрацею [4, с. 305].

Зазначимо, що процес обміну інформацією, налагодження діалогу, взаєморозуміння між учасниками комунікації, досягнення результату спілкування відбувається у певному комунікативному просторі – середовищі, в якому протікає взаємодія ТІМів. Комунікативний простір неоднорідний: його щільність в різних місцях неоднакова, тому інформаційний обмін одних і тих самих ТІМів у різних його місцях буде мати різну інтенсивність.

Визначити, на якому рівні простору протікає комунікація, допомагають два параметри:

- *Протяжність простору* визначає комунікативна дистанція (близька-далека);
- *Проникність простору* визначає щільність комунікації (глибока-поверхнева).

Отже, можна виділити чотири головних рівні взаємодії, на яких буде виникати контакт між автором і читачем. Це – фізичний, психологічний, соціальний та інформаційний рівні.

На **фізичному рівні** задовольняються природні потреби людини – в їжі, житлі, продовженні роду, виробництві та споживанні матеріальних продуктів, що характерно для щільного, матеріально опосередкованого зіткнення фізичних субстратів (носіїв) інформаційних систем.

На **психологічному рівні** на перше місце виходить обмін потаємною, особистісною інформацією, що йде з душі. Передбачаються найдовірливіші відносини, оскільки тут людина задовольняє свої інтимно-емоційні потреби – в любові, дружбі, сім'ї, співпечиванні тощо.

Соціальний рівень регулюється суспільними нормами, традиціями і ритуалами, законодавством, державними інститутами і т. д. Інтереси індивіда підпорядковуються інтересам соціуму. Суб'єкт соціальної комунікації виступає не як унікальна особис-

тість, а як представник соціальної групи (тобто має певний соціальний статус і роль, відповідну статусу). На цьому рівні людина задовольняє потреби в кар'єрі, освіті, праці, повазі, престижі.

Інтелектуальний (інформаційний) рівень. Здійснювати глибоку комунікацію без дотику з іншою стороною можна, лише перенісши весь інформаційний обмін всередину себе, в свій мозок. При цьому посилено працюють пам'ять і уява. Тільки на цьому рівні можна звертатися до глибин своєї підсвідомості і добувати відомості, нагромаджені поколіннями людей. На цьому рівні людина задовольняє потреби в актуалізації, розкритті своїх талантів і здібностей, творчості, пізнанні і самовдосконаленні [5, с. 28–29].

Останні статистичні дослідження свідчать, що читання як таке зазнало суттєвих змін. Використання сучасних носіїв інформації, значне збільшення обсягів інформації, з якою доводиться мати справу, зумовлюють фрагментарність сприйняття, переважання картинки, а не слова, неспроможність сучасного читача сконцентруватися на довгому тексті. При цьому одночасно зросла швидкість сприйняття інформації [6, с. 87]. Тому для кращого розуміння і сприйняття тексту важливо, аби читач не вступав у конфлікт з автором, а навпаки, максимально ототожнював себе з ним, виходив з ним на синергетичний зв'язок.

Ще однією характерною рисою сучасного читача є відкритість до нових технологій, визнання цінностей самореалізації, цінності кар'єрного зростання. Це спонукає до активного споживання інформації, але насамперед до такої, яка надає можливість самовдосконалюватись, досягати нових висот, отримувати нові знання, які в майбутньому можуть принести практичну користь [7, с. 32].

Отже, для актуалізації своїх можливостей треба знати не лише те, чого ти хочеш досягнути, але й можливі шляхи реалізації поставленої перед собою мети. А це стає можливим лише тоді, коли ти вмієш вірно оцінити свої потенційні можливості, закладені природою. Без спеціальних знань з практичної психології, одним з розділів якої є і соціоніка, на сьогоднішній день це практично неможливо.

Не можна оминати ще один аспект, що характеризує формування сучасного читача – глобалізацію, в тому числі і соціокультурного простору. На думку українського науковця К. Серажима, глобалізація, з одного боку, несе в собі чимало позитивного, створює передумови для інтелектуального і технологічного прориву, забезпечує комунікативний і культурний зв'язок з усім світом, з іншого – призводить до руйнування традиційних національних культур [8, с. 44]. На нашу думку, глобалізацію культурного простору теж можна використати на свою користь.

Сучасні дослідження показали, що не тільки кожна людина має свою персональну ментальність. Також кожен народ чи нація володіє інтегральним типом, який включає до себе певний набір рис і якостей, найбільш властивих цій нації. Отже, знаючи особливості ментальності тієї чи іншої нації, ми з високою долею достовірності можемо знайти серед творів, що належать представникам цієї нації, саме ті, що відповідатимуть нашим смакам і уподобанням, з точки зору нашої психологічної сумісності з інтегральним типом обраної нації. Тому володіння подібною інформацією надає її носію значних конкурентних переваг перед тими, хто цими знаннями не володіє.

Унаслідок стрімкої інформатизації суспільства в останні роки за допомогою читання людина опрацьовує більший, ніж раніше, обсяг інформації. При цьому, зараз у

читача менше можливостей і бажання для вдумливого, глибокого читання, яке, на думку експертів, є важливим чинником розвитку суб'єктності індивіда [9, с. 9].

Особливістю соціоніки є її логічна стрункість і технологічність, унаслідок чого зацікавлена людина може почати займатись практикою буквально через кілька днів після ознайомлення з азами теорії. Знання типових ознак дає змогу краще зрозуміти конкретну людину, пізнати її унікальну індивідуальність [10, с. 9].

Спроби підвести відмінності між людськими індивідуальностями до певних категорій на основі типових відмінностей робили ще з давніх часів. Зокрема такі спроби здійснювались і в галузі медицини [11, с. 608], а також не минули вони і соціологію [12, 13, 14].

Вивчаючи особливості психологічних проявів людей, Юнг побудував свою типологію особистості. Він увів принципово нові поняття, які поклав в основу типології, і це дало змогу застосувати методи об'єктивного аналізу до вивчення людської психіки. Введені ним дихотомічні терміни «екстраверсія-інтроверсія», «раціональність-іраціональність», «мислення-почуття», «відчуття-інтуїція» сьогодні широко застосовуються в повсякденному житті. Вони навіть встигли набути таких відтінків значення, які в них Юнг і не вкладав [15, с. 8].

Історично сформувалися чотири основних управлінських культури – американська, європейська, японська та радянська. Кожна з основних управлінських культур має свої характерні особливості, якими вона відрізняється від інших. За допомогою використання методу соціонічного аналізу було встановлено, що європейська управлінська культура ґрунтується на квадральних цінностях першої квадрі; радянська – на квадральних цінностях другої квадрі; американська – на квадральних цінностях третьої квадрі; японська – на квадральних цінностях четвертої квадрі. Таким чином, основні управлінські культури охоплюють увесь соціонічний спектр [16, с. 55]. Отже, знаючи ментальні особливості того чи іншого народу, його схильність до певної управлінської культури, можна з достатньою долею імовірності стверджувати, що автори, які живуть і працюють у соціокультурних умовах цих управлінських культур, будуть їм близькими по духу. Співвідносячи свій особистий тип з інтегральним типом нації також можна прогнозувати, на якому з рівнів буде проходити комунікація конкретної персони з культурним надбанням конкретної нації, в т. ч. і з художньою чи науковою літературою цього народу.

Отже, підсумовуючи сказане вище, можна зробити висновки:

1. Використовуючи метод соціонічного аналізу можна обирати для навчання і самоосвіти таку літературу, яка буде найбільш засвоєною будь-якою людиною.

2. Знання власної ментальності і вміння визначати ментальність інших людей, в тому числі і авторів друкованої літератури, допомагає заощаджувати час на пошук оптимальних для нас друкованих видань.

3. Процес інформатизації сучасного суспільства спонукатиме авторів та споживачів друкованої інформації до певної соціонічної спеціалізації, коли те чи інше видання буде орієнтованим на певний соціонічний сегмент суспільства.

Звичайно, автори статті не претендують на істину в останній інстанції. Проте вони глибоко переконані в тому, що викладені вище думки мають право на існування і на застосування в процесі щоденної життєдіяльності людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Біличенко О. Л. Культурно-виховна роль книги в умовах формування інформаційного суспільства : автореф. дис. канд. пед. наук: 07.00.08 / О. Л. Біличенко; Харк. держ. акад. культури. – Харків, 2000.
2. *Эко Умберто*. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / Умберто Эко. – Москва: CORPUS; 2016.
3. *Кемпинский А.* Меланхолия / А. Кемпинский. – Санкт-Петербург : Наука, 2002.
4. *Аугустинавичюте А.* Соционика. Введение / А. Аугустинавичюте. – Москва: АСТ, 1998.
5. *Струкчинская Е. М.* Соционика: учебное пособие / Е. М. Струкчинская, С. З. Струкчинский, Е. В. Разгоняева. – Бийск: Изд-во Алт. гос. техн. ун-та, 2010.
6. *Листвак Г. Б.* Дослідження читання в Україні: результати і значення / Г. Б. Листвак // Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. – 2015. – № 2.
7. *Крайнікова Т.* Друкована книга і читання в сучасній культурі медіаспоживання: рецептивний аналіз / Т. Крайнікова // Бібліотечний вісник. – 2013. – № 2.
8. *Серажим К. С.* Культура читання в Україні / К. С. Серажим // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 55.
9. Читання в Україні: результати дослідження читацьких звичок та ставлення до читання, проведеного у 2013–2014 роках. – Джерело доступу: <http://bookplatform.org/images/activities/275/brochure-reading-final-print.pdf>.
10. *Каганець І. В.* Психологічні аспекти в менеджменті: типологія Юнга, соціоніка, психоінформатика / І. В. Каганець. – Київ-Тернопіль: Мандрівець-Port-Royal, 1997.
11. *Юнг К.* Психологические типы / К. Юнг. – М.: Университетская книга: АСТ, 1998.
12. Теннис Ф. Общность и общество / Ф. Теннис // Социологический журнал. – Москва, 1998. – № 3/4. – С. 207–229.
13. *Зиммель Г.* Избранные работы / Г. Зиммель. – М.: Ника-Центр, 2006. – 437 с.
14. *Steven G. L.* Social Structural Effects on Emotion // Research Agendas in the Sociology of Emotions / Ed. by T. D. Kemper. – Albany: State University of New York Press, 1990. – P. 134–179.
15. *Бескова Л. А.* Я и все остальные. Начала соционики / Л. А. Бескова, Е. А. Удалова – Москва : ГроссМедиа, РОСБУХ, 2004.
16. *Морушко О. О.* Основні управлінські культури: соціонічний аналіз / О. О. Морушко, А. Л. Висоцький // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць. – ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 1. – Т. 1.

REFERENCES

1. Bilychenko O. L. *Cultural and educational role of books in the context of informational society formation*. Dissertation in pedagogics. Kharkiv academy of culture. 2000. (in Ukrainian)
2. Eko U. *The role of the reader. The study of the text semiotics*. Moscow. Corpus. 2016 (in Russian)
3. Kempinski A. *Melancholia*. SPb. Nauka. 2002 (in Russian)
4. Augustinavichute A. *Socionics. The introduction*. Moscow. AST. 1998. (in Russian)
5. Strukchinskaya E. M., Strukchinskii S. Z., Razganaiieva E. V. *Socionics: teaching manual*. Biisk. Altai gos. Techn. University publishing. 2010. (in Russian)
6. Lystvak G. B. The study of the reading in Ukraine: results and meaning. *Naukovi zapysky*

- Ukrajinskoji akademiji drugarstva. Seriya: Sotsialni komunikaciji.* 2015. № 2. P. 84–90 (in Ukrainian).
7. Krajnikova T. Printed book and reading in modern culture of media consumption: receptive analysis. *Bibliotechnyj visnyk.* 2013. № 2. P. 30–35. (in Ukrainian).
 8. Serazhym K. S. Culture of reading in Ukraine. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky.* 2014. Vol. 55. P. 44–52 (in Ukrainian).
 9. *Reading in Ukraine: the findings of the study of readers habits and attitudes, 2013–2014.* Accessed 21.02.2017 <http://bookplatform.org/images/activities/275/brochurereadingfinal-print.pdf>. (in Ukrainian).
 10. Kaganec I. V. *Psychological aspects in management: Jung`s typology, socionics, psychoinformatics.* Kyiv-Ternopil`. Mandryvec`Port-Royal. 1997. (in Ukrainian)
 11. Jung K. *Psychological types.* Moscow. University book. AST. 1998. (in Russian).
 12. Tonnie F. Community and Society. *Sotsiologicheskii zhurnal.* 1998. № 3/4. P. 207–229. (in Russian).
 13. Simmel G. *Selected works.* Moscow. Nika-centr. 2006. (in Russian).
 14. Steven G. L. Social Structural Effects on Emotion. In *Research Agendas in the Sociology of Emotions.* Ed. by T. D. Kemper. – Albany: State University of New York Press, 1990. P. 134–179.
 15. Beskova L. A., Udalova E. A. *Me and the rest. The introduction to socionics.* Moscow. GrossMedia. Rosbuh. 2004. (in Russian).
 16. Morushko O. O., Vysockyi A. L. The main managerial cultures: socionical analysis. *Theoretical and practical aspects of economy and intellectual property.* Mariupol. 2016. Vol. 1. P. 21–32.

Стаття надійшла до редколегії 07.06.2017

Прийнята до друку 21.08.2017

THE RELATIONS OF READER AND BOOKS IN CONTEMPORARY CULTURAL ENVIRONMENT

S. K. Andreychuk

*Lviv Polytechnic National University,
Konovalcya Str., 4, Lviv, Ukraine, 79044,
a_stanislav@ukr.net*

V. I. Kohut

*Lviv Polytechnic National University,
Konovalcya Str., 4, Lviv, Ukraine, 79044,
kohut_vitaliy@ukr.net*

O. O. Morushko

*Lviv Polytechnic National University,
Konovalcya Str., 4, Lviv, Ukraine, 79044,
morushkoo@gmail.com*

The book is an integral part and the main carrier of the common culture. It image consists of many factors that carry cognitive, moral, aesthetic and other information. It can act as a means of preserving information for people of the following generations, both as a means of communication so in the form of goods.

The modern book as an information product should be informative, visible, accessible and useful at the same time. While reading we enter into direct contact with the author of the book: we agree or disagree with him, try to supplement or clarify some of his statements and thoughts, in one word, we enter into dialogue with the author.

To understand deeper the process of interaction between the reader and the book the theory of information exchange should be remind, which was developed by the Polish scientist-psychiatrist A. Kempinsky. Following the point of view of the typology developed by K.G. Jung, each person is not only an individual and a representative of the human race, but also a representative of a certain type of information metabolism. It can be argued, that information metabolism is the same code by which information is transmitted.

Based on the typology of K.G. Jung and the theory of information metabolism of A. Kempinsky in the mid 70-ies of the twentieth century the science of socionics was created by Lithuanian scientist A. Augustinavichiute. According to the Socionic theory there are 16 different types of information metabolism (TIM). Actually, these are 16 different types of information's perceptions from the environment. Consequently, can be argued with a sufficiently high degree of probability that, depending on the TIM of the author of the book and the reader, there will be quite different interactions between them.

Modern studies have shown that not only every person has his own personal mentality. In addition, every nation or folk has an integral type that includes a certain set of traits and qualities that are the most peculiar to this nation. Therefore, knowing the peculiarities of the

mentality of a particular nation, we can find out, with the high degree of authenticity, among the works belonging to the representatives of this nation those that correspond to our tastes and preferences in terms of our psychological compatibility with the integral type of the selected nation. Therefore, the possession of such information gives it's carrier of significant competitive advantages to those who do not possess this knowledge.

So, summing up we can draw the following conclusions:

1. Using the method of socionic analysis you can choose for study and self-education such literature, which will be most assimilated by any person.

2. Knowledge of own mentality and ability to determine the mentality of other people, including the authors of printed literature, helps to save time for finding the best print media for us.

3. The process of informatization of modern society will encourage authors and consumers of printed information to a certain socionic specialization, when a particular edition will be oriented to a certain socionic social segment.

Key words: reader, book, socio-cultural environment, socionic analysis.

ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЙ МАСКУЛІННИХ ОБРАЗІВ: ДИСКУРСИ СУЧАСНИХ ТЕЛЕРЕКЛАМ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ, РОСІЇ ТА ПОЛЬЩІ)

О. Федоришин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
oks.apr95@gmail.com*

О. Козаченко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
olyalviv3@gmail.com*

Статтю присвячено проблемі (від)творення маскулінних образів у сучасних телевізійних рекламних роликах. Медіа, зокрема реклама, з одного боку, може ставати джерелом недостовірної інформації та стереотипних уявлень, а з іншого – джерелом формування нових цінностей і норм поведінки. Мета дослідження – виявити основні дискурси сучасних телевізійних рекламних роликів України, Росії та Польщі в контексті (від)творення маскулінних образів. За допомогою контент-аналізу та дискурс-аналізу було проаналізовано рекламні ролики телебачення трьох країн – України, Росії та Польщі. В результаті дослідження були виділені чотири дискурсивні способи репрезентації чоловіків: «Сім'янин», «Бізнесмен», «Звабник» та «Спортсмен», маскулінність яких вимірюється через такі «вузлові точки» як особливості зовнішнього вигляду, цінності, поведінка, емоції, середовище зображення та тематична спрямованість реклами. Узагальнення найвищих відсоткових значень усіх виділених та досліджуваних категорій дозволило виділити образ типового чоловічого образу. На українському телебаченні зображення чоловіка у рекламі пов'язані, зазвичай, з відпочинком, в одязі стилю «кежуал», зачіскою «бокс/напівбокс», атлетичної тілобудови, з вираженням соціальних цінностей та споживацькою поведінкою, виявом гедоністичних і комунікативних емоцій. У російській телерекламі образ чоловіка такий: на відпочинку, одяг стилю «кежуал», зачіска спортивна, атлетичної тілобудови, з наданням переваги соціальним цінностям та демонстрацією споживацької поведінки, виявом гедоністичних і комунікативних емоцій. Для польського телебачення характерний образ: чоловік, зображення якого спостерігається в оточенні сім'ї, одяг стилю «кежуал», із зачіскою типу класичної чи британки, атлетичної тілобудови, з вираженням соціальних

цінностей та комфортно поведінкою, виявом комунікативних і практичних емоцій. За допомогою контент-аналізу реклами вдалось виявити, що на телебаченні усіх трьох країн найчастіше ми спостерігаємо образ «Сім'янина». Зауважимо, що український та російський телерекламні дискурси можемо охарактеризувати як традиційні, проте в Польщі спостерігаємо неоднозначність, а саме, боротьбу традиційного та ліберального дискурсу.

Ключові слова: гендер, маскулінність, мас-медіа, телереклама, дискурс.

Ми живемо в період, коли стрімкими темпами зазнають змін взаємовідносини між чоловіками і жінками. Проте гендерна дискримінація продовжує існувати в інформаційному просторі, набуваючи більш витончених і прихованих форм. З одного боку, масове репродукування у ЗМІ консервативних гендерних стереотипів (наприклад, постійне протиставлення жінок як чуттєвих, слабких до чоловіків як жорстких, сильних тощо) посилює традиційні уявлення про жінок і чоловіків, як докорінно різних осіб, з різними ролями та функціями у суспільстві. З іншого боку, ми спостерігаємо вкорінення «сучасних» уявлень про чоловічі та жіночі ролі, атрибути зовнішнього вигляду, розмиття кордонів між маскулінною та фемінною сферою діяльності (приміром, звернення уваги на важливість чоловічої зовнішності, претензія жінки на роль керівника у професійній сфері).

На сьогодні існує багато дослідників, які зосереджували свою увагу на різних аспектах такої суспільної проблеми як репрезентація чоловічих образів, зокрема у рекламному дискурсі. Основними дослідниками цієї проблеми вважають Т. Міллума, І. Гофмана, К. Шнайдера, С. Баріх-Шнайдера, О. Кікінеджи, Р. Барча, Т. Бурнетта, Т. Діллера тощо. До вітчизняних науковців, що працювали в цій сфері належать О. Кісь, Ю. Маслова, М. Кір'янова, Г. Свереда, Т. Бурейчак, М. Скорик, Л. Шевченко, Ю. Белікова, Л. Чернобай, О. Перелигіна та інші. Зауважимо, що гендерні відносини та медіапростір залишаються одними з найбільш динамічних сфер, які трансформуються у сучасному суспільстві, а тому попередні теоретичні напрацювання можуть виявитися не релевантними. Окрім того, недостатньо опрацьованим є досвід порівняння українських та іноземних маскулінних рекламних дискурсів.

Мета дослідження – виявити основні дискурси сучасних телевізійних рекламних роликів України, Росії та Польщі в контексті (від)творення маскулінних образів. *Завдання:* виявити особливості дискурсивного вивчення мас-медіа, зокрема телереклами; розробити дослідницьку модель дискурсивних репрезентацій маскулінних образів у телерекламі; дослідити способи представлення чоловічих образів в рекламних роликах (на українському, польському та російському телебаченні); здійснити порівняння результатів проведеного дослідження з іншими, суміжними по проблематиці.

У сучасних соціогуманітарних науках маскулінність є одним із основних понять, яке означає «соціальні очікування від представників чоловічої статі і стосується соціально сформованих рис мужності (маскулінності)» [7]. Маскулінність можна визначити як певну систему нормативних уявлень про чоловіка, а саме про властивості таких його основних характеристик як зовнішність, манери поведінки, стиль життя, інтереси, цінності, установки, сексуальні орієнтації тощо. Рекламні простори можна розглядати як сферу, яка має сформований власний дискурс, виконує функції, напо-

вноє змістом та надає значень певним суспільним практикам. У розгляді проблеми маскулітних стереотипних образів у телевізійних рекламних роликах ми вбачаємо доцільним використання теорії дискурсу Е. Лакло та Ш. Муффа. В такому разі чоловічий конструкт ми розглядаємо як дискурс, тобто як структуру взаємопов'язаних значень, які визначають концепт маскулітності та легітимізують приналежність до цієї гендерної групи. Саме значення, якими ми наділяємо образ чоловіка, визначають цілісність, комплексність сформованого образу, описують та наповнюють його певним змістом. Рекламну сферу (телевізійну рекламу) розглядаємо урізноманітненою багатьма дискурсами стосовно маскулітності, які впливають на наше світосприйняття, яке не буде статичним і змінюватиметься під впливом різноманіття рекламних повідомлень. Водночас певні дискурси є гегемонними, через підтримку мас-медіа та укоріненість у масовій свідомості, стереотипах. Гегемонним гендерним дискурсом в українському суспільстві, на думку дослідниці Т. Бурейчак, являється патріархальний дискурс. Він утверджує чоловіка домінуючим у суспільстві, а тому емоційність, лагідність, надмірна увага до своєї зовнішності стають рисами, неприбутанними чоловікові [2, с. 9].

У авторському дослідженні ми розробили модель, в якій відображено найтиповіші характеристики чоловіків у сучасних рекламних роликах на телебаченні. Апробацію авторської моделі здійснюємо в емпіричному дослідженні за допомогою дискурс- та контент-аналізу. Основна ідея дослідження полягає в крос-культурному порівнянні дискурсивних репрезентацій чоловічих образів у телерекламі на прикладі одних з найпопулярніших загальнонаціональних каналів України, Польщі та Росії. Ми припускаємо, що різний ступінь розвитку країн, культурне різноманіття, відмінні індивідуальні щоденні практики та розбіжність ціннісних орієнтацій можуть мати вплив на формування відмінних способів репрезентації маскулітності в медіа. Ми виділили чотири гіпотетичні дискурсивні способи репрезентації чоловіків, маскулітність яких можна виміряти через характерні «вузлові точки»¹, тобто найвиразніші якості чоловічих образів, які ми можемо чітко спостерігати у рекламних роликах: 1. **«Сім'янин»**. Припускаємо, що це чоловік в неофіційному стилі одягу, поведінка комфортна, батьківська, з проявом соціальних/духовних цінностей, практичних, романтичних, гедоністичних емоцій. Такий образ зустрічаємо в рекламі побутових товарів, ліків, продуктів харчування та сфери послуг, відповідно відтворено середовище відпочинку, домівки, сімейного оточення або ж роботи. 2. **«Бізнесмен»**. Маскулітний образ консервативного, ділового зовнішнього вигляду, поведінка споживацька, звернена на матеріальні цінності та комунікативні, глоричні, практичні емоції. Такий образ зустрічаємо в рекламі алкогольних виробів, транспортних засобів, бізнесу та компаній, в робочому середовищі (трудоий колектив) або ж на відпочинку. 3. **«Звабник»**. Неформальний привабливий зовнішній вигляд чоловіка, прояв естетичних цінностей, поведінка споживацька, репродуктивна; емоції глоричні, романтичні, естетичні. Чоловіка такого типу зображено в рекламі косметики, одягу, транспортних засобів, у середовищі розваг. 4. **«Спортсмен»**. Припускаємо, що це образ чоловіка зі спортивним зовнішнім виглядом, агресивною поведінкою, з проявом економічних цін-

¹ Вузлові точки (згідно з дискурсивною теорією) – це привілейовані знаки, навколо яких упорядковуються та отримують своє значення інші знаки [11, с. 57].

ностей та глоричних, праксичних емоцій. Найчастіше зустрічаємо в рекламі продуктів харчування, ліків, косметики, одягу; сфера зображення – заняття спортом, робота. Ми не можемо стверджувати, що будь-який з цих типів дискурсивної репрезентації маскулінності є завершеним і повним. Через незафіксованість елементів інколи вони можуть бути мінливими і дещо відрізнятись від запропонованих у нашій моделі.

В основу соціологічного дослідження представлення чоловічих образів у рекламних роликах (на прикладі українського, польського та російського телебачення) покладено якісні візуальні методи отримання та опрацювання інформації емпіричних даних, а саме дискурс- та контент-аналіз. Дослідження було проведено у період з 20 квітня 2016 року до 7 травня 2016 року в один із будніх днів (середа) та вихідний (субота), оскільки, припускаємо, що рекламний контент у обрані дні тижня може дещо різнитись. Для проведення дискурс- та контент-аналізу було обрано перегляд реклам за участю чоловіків на українському каналі «ІНТЕР», на російському каналі «Россия 1» та польському каналі «TVP-1». Аналізу підлягали реклами, які транслювались у час з 18:30 до 22:00 (вечірній «прайм-тайм»). Дослідження проводили згідно з виділеними критеріями вибірки, тобто реклами без чоловічих образів не брали до уваги. Спостереження відбувалось за унікальними рекламними роликами. Загальна кількість переглянутих унікальних рекламних роликів на каналі *ІНТЕР* – 35, *Россия 1* – 34, *TVP-1* – 34.

Отож, здійснивши контент-аналіз даних, ми виявили такі відсоткові значення по основних спостережуваних категоріях (табл. 1).

Таблиця 1

Результати репрезентації чоловічих образів на телеканалах України, Росії та Польщі

	Україна (ІНТЕР)	Росія (Россия-1)	Польща (TVP-1)
Зовнішній вигляд: Стиль одягу	«Кежуал» (43 %), «Спортивний» (20 %), «Консервативний» та «Елегантний» – (по 11,5%)	«Кежуал» (44,1 %), «Спортивний» та «Консервативний» – (по 14,7 %)	«Кежуал» (41,2 %), «Консервативний» (26,5 %)
Зачіска	«Бокс/напівбокс» (28,6 %), «Класична» (23 %)	«Бокс/напівбокс» (26,5 %), «Класична» та «Боб» – (20,6 %)	«Класична», «Британка» – (29,5 %), «Бокс/ напівбокс» (23,5 %)
Будова тіла	Атлетична (мезоморфна) (68,5 %)	Атлетична (мезоморфна) (53 %)	Атлетична (мезоморфна) (79,4 %)
Цінності	Соціальні (вітальні) (37,1 %)	Соціальні (вітальні) (41,2 %)	Соціальні (вітальні) (47 %)
Поведінка	Споживацька (51,4 %)	Споживацька (61,8 %)	Комфортна (53 %)
Емоції	Гедоністичні (37,1 %)	Гедоністичні (44,1 %)	Комунікативні (41,2 %)
Середовище зображення	Відпочинок (31,4 %)	Відпочинок (29,4 %)	Сімейне оточення (35,3 %)
Тематична спрямованість реклами	«Побутові товари» (28,6 %)	«Продукти харчування» (35,3 %)	«Ліки» (26,5 %)

Звертаючи наш погляд на відсоткове значення показників, що мають найвище значення в рамках кожної з країн окремо, можемо змоделювати певні образи, які уособлюють найхарактерніший візуальний маскулінний тип. Тому, візуалізація середньостатистичного чоловічого образу, який ми найчастіше можемо спостерігати в телерекламі, виглядатиме наступним чином. *На українському телебаченні*: зображення чоловіка на відпочинку в одязі стилю «кежуал», зачіскою «бокс/напівбокс», атлетичної тілобудови, з вираженням соціальних цінностей та споживацькою поведінкою, виявом гедоністичних і комунікативних емоцій. *На російському телебаченні*: образ чоловіка на відпочинку, одяг стилю «кежуал», зачіска спортивна, атлетичної тілобудови, з наданням переваги соціальним цінностям та демонстрацією споживацької поведінки, виявом гедоністичних і комунікативних емоцій. *На польському телебаченні*: чоловік, зображення якого спостерігається в оточенні сім'ї, одяг стилю «кежуал», із зачіскою типу класичної чи британки, атлетичної тілобудови, з вираженням соціальних цінностей та комфортною поведінкою, виявом комунікативних і практичних емоцій. Таким чином, аналіз демонструє схожість рекламних маскулінних образів на українському та російському телебаченні фактично за усіма характеристиками (окрім тематичної спрямованості реклами). Натомість на польському телебаченні спостерігаємо відмінний образ за показниками зачіски, поведінки, емоцій, середовища зображення та тематичної спрямованості реклами.

Згідно з результатами дослідження на українському телебаченні в аналізованих роликах образ «Сім'янин» зустрічався у 40 % спостережуваного контенту, «Бізнесмен» – 28,5 %, «Звабник» – 8,6 %, «Спортсмен» – 5,7 % і 17,1 % реклам не підпадали під жодну виокремлену категорію. Згідно з результатами дослідження російських рекламних повідомлень (як і на українському телебаченні), найбільш розповсюдженими є образи «Сім'янина» (44,1%) та «Бізнесмена» (35,3 %), «Звабника» і «Спортсмена» рідше (по 5,9 %) і 8,8 % реклам не підлягали ототожненню з жодною категорією. У польській телерекламі образ «Сім'янина» займає 53 % контенту, «Бізнесмена» та «Звабника» по 14,7%, «Спортсмена» – 11,7 % і лише 5,8 % рекламних роликів не зіставлено з жодною категорією.

Зауважимо, що у трьох країнах яскраво вимальовується *традиційний дискурс* у сфері зображення маскулітного образу, як гегемонний, та *ліберальний дискурс*, як маргіналізований. Як ми і припускали, українське та російське телебачення в своїх рекламних повідомленнях має домінуюче відтворення таких образів чоловіка як «Сім'янин» та «Бізнесмен», які уособлюють характеристики патріархального укладу цих суспільств. Зображення такого типу маскулітного образу відтворюються у рекламах побутових товарів, продуктів харчування, ліків, бізнесу і компаній, сфери послуг, авто тощо. Водночас, образи «Звабника» і «Спортсмена» в рекламах на телебаченні України та Росії ми спостерігаємо порівняно мало, адже це стереотипізовані уявлення про чоловіка, який є виразником категорій мачізму (яскраве вираження сексуальності, демонстрація чоловічої сили, домінуючої позиції в суспільстві, завойовницька поведінка по відношенню до жінки) та фейсизму (тіло та зовнішність – важливий атрибут чоловіка, що дає змогу зваблювати жінок, тому догляд за ним є одним з основних аспектів діяльності чоловіка). Зазвичай такий образ ми спостерігаємо в рекламах алкогольних виробів, авто, косметики та одягу для чоловіків.

Аналізуючи результати дослідження стосовно польського телевізійного дискурсу, відзначаємо його неоднозначність. Ми спостерігаємо, що гегемонну позицію серед рекламних повідомлень тут займає образ «Сім'янина», який є традиційним, а його характеристики більш консервативними. Маргіналізованими є усі інші образи – «Бізнесмена», «Звабника» і «Спортсмена», проте, з майже однаковою відсотковою значимістю, за результатами нашого дослідження. Можна припустити, що це спричинено лібералізацією та узагальненою зміною вузьких поглядів на чоловічі практики у повсякденному житті, які не стосуються забезпечення та підтримки матеріального становища сім'ї, її захисту тощо, а враховують право на урізноманітнене дозвілля, практики догляду за зовнішністю. З огляду на це, ми висуваємо припущення, що в межах польського телебачення немає чіткого однозначного визначення образу чоловіка, адже спостерігаємо боротьбу двох, певною мірою рівнозначних дискурсів, які заявляють про свої канони зображення маскулінного образу як домінуючого. З одного боку, традиційний дискурс дає нам означення чоловіка згідно з виокремленими нами типами «Сім'янин» (тут: як такого, що домінує над усіма іншими) та «Бізнесмен», а ліберальний дискурс утворює трансформований, осучаснений погляд на маскулінність, що вбачається у візуалізації «Звабника» і «Спортсмена» (такі, які за показниками наближені до традиційного образу «Бізнесмен»). Отож, підсумовуючи, маємо змогу зазначити, що попри існування традиційності у зображенні чоловічих образів, бачимо новий підхід до зображення чоловічого образу в межах рекламного дискурсу на польському телебаченні.

Варто зазначити, що у нашому дослідженні вивчено і змальовано не всі гендерні стереотипи, які можуть використовуватись рекламою, але найбільш уживані. Отож, установки маскулінності розподіляються у рекламі так, що чоловік є домінуючим як на фізичному, так і на інтелектуальному рівні, а його основний обов'язок – насолоджуватись красою жінки та допомагати їй. Але на сьогоднішній день ми все більше спостерігаємо приклади розмиття вузьких рамок вищезазначених стереотипів. Під час аналізу телевізійного контенту України, Польщі та Росії саме образ «Сім'янина» з проявом соціальних, духовних та естетичних цінностей, комфортної та батьківської поведінки зображується здебільшого у середовищі відпочинку з сім'єю, вдома чи на роботі. Такий тип дискурсивної репрезентації чоловіків трапляється у 40 % українського контенту, 53 % польського та 44,12 % російського. Відбувається руйнування стереотипних рамок творення образу чоловіка як затятого бізнесмена або ж хтивого мачо.

Для кращої ілюстрації зображуваних чоловічих образів наведемо декілька прикладів відповідних рекламних повідомлень. Приклад (відтворення образу «Сім'янина» спостерігаємо в рекламі вітамінів для усієї сім'ї «Суперія (Superia)». Тут виразно спостерігаємо знаки «вузлових точок» дискурсу – невибагливий, буденний одяг стилю кежуал, зачіска «британка» та астенична (підтягнута) будова тіла, цінності – соціальні, що проявляються у життєрадісному перебуванні в колі близьких, привертання уваги до особистого здоров'я та рідних, батьківська поведінка (опіка над дітьми в спокійній атмосфері), романтичні, гедоністичні емоції (задоволення потреби в душевному комфорті перебування серед рідних, насолода приємними почуттями безтурботності), середовище зображення – на відпочинку у колі сім'ї.

Яскравий зразок у рекламному дискурсі такого маскулінного образу як «Бізнесмен» бачимо в рекламі банку ВТБ (VTB Bank). У ній спостерігаємо образ серйозного ділового чоловіка, який підкріплюється зовнішніми атрибутами: консервативний стриманий одяг (офіційний костюм), зачіска «бокс», астенічна (статна) будова тіла, цінності – матеріальні (в рекламі – фінансова вигода, прибуток від користування банківськими послугами), споживацька поведінка (мета головного героя спонукати споживача до активної дії в напрямку співпраці з компанією, що підкріплюється наведенням прикладу особистого користування вигідними послугами; з цією ціллю у настрої чоловіка спостерігаємо серйозність, переконливу манеру мовлення), комунікативні, глоричні емоції (бажання поділитись вдалим досвідом споживання банківських послуг, самоствердження і почуття гордості за себе, переваги над іншими). Щодо самого рекламного ролику, варто зауважити, що саме середовище, в яке поміщений чоловік – нейтральне, він сидить у пустому приміщенні у офісному кріслі, проте, позаду замість стіни розміщений фон, на якому транслюються уривчасті ролики з життя бізнес-компанії – ділові зустрічі, велика кількість робітників, які займаються виконанням своїх обов'язків, монети, які падають нізвідки тощо.

Прикладом образу «Звабник» може слугувати реклама засобу по догляду за шкірою для чоловіків (лосьйон до та після бриття) «NIVEA MEN». Чоловік зображується у ванній кімнаті (середовище зображення – дім, зачіска – «британка»), оголений торс – важлива ознака, яка демонструє нам прояви мачізму (атлетична будова), його увага звернена на особистий зовнішній вигляд, його привабливість (естетичні цінності), тому чоловік скрупульозно підходить до справи – спочатку проводить «ритуал» гоління, останнім кроком є зволоження шкіри. В ролику робиться візуальний акцент на продуктах, які дають змогу виглядати справжньому чоловікові на всі 100 %, адже наприкінці рекламного повідомлення з'являється жінка, яка з захопленням поглядає за чоловіком, він при цьому відчуває гордість, задоволення, самоствердження (поведінка – споживацька, емоції – глоричні, романтичні, естетичні).

Щодо образу «Спортсмена», то його ідентифікуємо в рекламному ролику чіпсів «Lays (Лейс)». Головний герой – відомий на весь світ футболіст, перебуває одночасно у різних локаціях – на стадіоні, маневруючи футбольним м'ячем та вдома, в оточенні друзів. Відповідно зовнішній вигляд його змінюється від спортивної тренувальної форми до буденного «кежуал» одягу, зачіска «боб», і, звичайно ж, атлетична тілобудова. Проте, це лише другий план, адже головну увагу звертає на себе упаковка «Lays», яка весь час у руках спортсмена, ніщо його не може відволікти і перервати насолоду від споживання продукту. Таким чином, спостерігаємо естетичні та матеріалістичні цінності (як надання переваги насолоді матеріальним), споживацька поведінка, емоції – праксичні, пугнічні (приємне задоволення від виконуваних дій).

Порівнюємо результати нашого дослідження з результатами, які були отримані іншими соціологами. Олена Рудковська (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) у своїй роботі «Гендерні стереотипи у рекламі» (українське телебачення, 2014 рік) виділяє такі стійкі стереотипні образи як «чоловік-мачо», «чоловік-експерт», «чоловік-успішний», «чоловік-мандрівник», «чоловік-жертва» [8]. Образ «чоловіка-мачо» та «чоловіка-мандрівника», на нашу думку, в цьому контексті дещо

перегукуються. Перший описує маскулінний стереотип наповнений мужністю, незалежністю й демонстративною силою, він завжди впевнений у собі та випромінює сексуальність. Недарма авторка звертається до атрибутів мачізму, які перелічує Оксана Кісь – це фізична сила, сміливість, агресивність [8]. Другий тип описує невтомного героя, який здатен підкорити будь-які вершини, вижити за будь-яких умов. З цими образами, а саме описом їхніх яскравих характеристик корелює виокремлений нами образ «Звабника». Образи «чоловік-експерт» та «чоловік-успішний» дослідниця описує як професіонала. Саме тому у рекламах часто використовують відомих знаменитостей, застосовуючи аналогію між їхнім особистим успіхом та тим, що ви можете отримати це все скориставшись продуктом реклами. Схожі є описи стереотипного образу у нашій виокремленій типології – образ «Бізнесмен».

У ще одній роботі «Візуальний образ чоловіка в рекламному дискурсі України як репрезентаційна модель маскулінності» Шкабари Маргарити (2015 р.). Дослідниця зазначає, що рекламним дискурсом активно використовуються прийоми мачізму та фейсизму, які формуються за допомогою звернення уваги на фізичних характеристиках, матеріальному становищі. Припущення підкріплюються емпіричним матеріалом, на основі якого виокремлено такі маскулінні образи: «Кар'єрист-спеціаліст» (зображення чоловіка-керівника, його мета – успішна бізнесова діяльність, кар'єрний ріст); «Супермен» (безстрашний та мужній, долає будь-які перешкоди); «Звабник» (головна мета – завоювати жінку, яскраво демонструє свою привабливість); «Політик» (лідер, управлінські навички, патріотизм, розум, розсудливість, рішучість тощо) [10]. Проводячи порівняння з нашим дослідженням бачимо, що за якісними характеристиками образ «Кар'єриста-спеціаліста» та «Політика» відповідає нашому образу «Бізнесмена» як зразка професіоналізму, що демонструє свою першість, професіоналізм, інтелектуальні здібності та важливість, «Супермен» – «Спортсмену», де акцентовано увагу на фізичній силі чоловіка, його всесильності, здатності до боротьби та активності, а також цілковите співпадіння образів, які накладаються не тільки описом однакових рис характеру, але й назвами – «Звабник» – це чоловік з яскравою демонстрацією своєї сексуальності, фізичної привабливості, рішучості в плані завоювання жінки.

Отже, робимо висновок що виділені нами образи дискурсивних репрезентацій маскулінних образів у рекламних дискурсах мають виражену схожість з тими, які виділяють інші дослідники. Це підтверджує той факт, що наша розвідка була вдалою і відтворила наближену картину українських, польських та російських традицій у репродукуванні чоловіка як гендерної ідентичності в полі телебачення.

Отож, розглядаючи маскулінність з точки зору дискурс-аналітичного підходу, цей термін позначає певну реальність, з певними наявними характеристиками, які лише у співвідношенні, взаємодії і відтворюваності у певній сфері набувають визначеності. Нашим завданням було розглянути конструкт маскулінності в контексті репрезентації чоловічого образу в рамках рекламного дискурсу на телебаченні. Реклама як дискурс репрезентує нам різні моделі дискурсивного представлення образу чоловіка – від традиційних до модерних. В результаті дослідження були виділені чотири дискурсивні способи репрезентації чоловіків – «Сім'янин», «Бізнесмен», «Звабник» та «Спортсмен», маскулінність яких вимірюється через такі «вузлові точки» як особливості

зовнішнього вигляду, цінності, поведінка, емоції, середовище зображення і тематична спрямованість реклами. Існує боротьба різних дискурсів за визначення образу чоловіка. Саме телебачення є зразком плюралізму дискурсів у контексті (від)творення чоловічого образу. Репрезентації чоловічих образів у межах українського і російського телебачення різняться своїм наповненням від польського контенту. Проте, все ж, образ «Сім'янина» є домінуючим на телебаченні у всіх трьох країнах. Розглядаючи результати дослідження, також зазначимо, що український та російський дискурси можемо охарактеризувати як традиційні, проте в телерекламах Польщі спостерігаємо неоднозначність, а саме боротьбу – традиційного та ліберального дискурсу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Бурейчак Т.* Соціологія маскуліності : навчальний посібник / Тетяна Бурейчак. – Львів : «Магнолія 2006», 2011. – 142 с.
2. *Бурейчак Т. С.* Конструювання гендерних ідентичностей в дискурсах реклами. Автореферат / Т. С. Бурейчак. – Київ, 2007. – 18 с.
3. *Бурейчак Т. С.* Рекламні стратегії конструювання нормативних гендерних дискурсів / Бурейчак Т. С. // Вісник Львів. ун-ту. Сер. соціол. – 2008. – Вип. 2. – 240 с.
4. *Васьківський Ю.* Гендерний аспект телевізійної реклами: український та зарубіжний досвід / Васьківський Ю., Кіца М. Теле- та радіожурналістика. – Вип. 10. – 2011. – С. 56–63.
5. Гендерні студії в сучасній Україні : матеріали студ. наук.-практ. конф. (12–13 березня 2015 р.) : зб. наук. ст. / [гол. ред. С. О. Філоненко]. – Бердянськ : БДПУ, 2015. – 96 с.
6. Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість. Практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ / Н. М. Сидоренко, М. М. Скорик. – Київ : К.І.С., 2004. – 76 с.
7. Маскуліність [Електронний ресурс] // Словник гендерних термінів. – Режим доступу: <http://a-z-gender.net/ua/maskulinnist.html>
8. *Рудковська О.* Гендерні стереотипи у рекламі [Електронний ресурс] / Рудковська О. // Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір – Режим доступу: <http://www.journ.univ.kiev.ua/ndumk/index.php/component/content/article/92-2/kontent-ukrainskoi-reklamy-ta-zv-iazkiv-z-hromadskistiui/103-henderni-stereotypu-u-reklami>
9. Фемінність та маскуліність [Електронний ресурс] // Часопис «Ї». – №27. – 2003. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/N27-fem.htm>
10. *Шкабара М.* Візуальний образ чоловіка в рекламному дискурсі України як репрезентаційна модель маскуліності [Електронний ресурс] / Шкабара М // Науковий блог НаУ «Острозька академія». – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2015/%D0%B2%D1%96%D0%B7%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7-%D1%87%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BA%D0%B0-%D0%B2-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%BD%D0%BE/>
11. *Йоргенсен М. В.* Дискурс-анализ. Теория и метод. / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс. – Харків: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. – 352 с.

REFERENCES

1. Bureichak T. Sotsiologhiia maskulinnosti : navchalnyi posibnyk [Sociology of masculinity: a textbook] / Tetiana Bureichak. – Lviv : «Mahnoliia 2006», 2011. – 142 s.
2. Bureichak T. S. Konstruiuvannia hendernykh identychnosti v dyskursakh reklamy. Avtoreferat [The construction of gender identities in the discourse of advertising] / T. S. Bureichak. – Kyiv, 2007. – 18 s.
3. Bureichak T. S. Reklamni stratehii konstruiuvannia normatyvnykh hendernykh dyskursiv [Advertising strategy of constructing normative gender discourses] / Bureichak T. S. // Visnyk Lviv. Un-tu. Ser. cotsiol. – 2008. – Vyp. 2. – 240 s.
4. Vaskivskiy Yu. Hendernyi aspekt televiziinoi reklamy: ukrainskyi ta zarubizhnyi dosvid [The gender aspect of television advertising: Ukrainian and international experience] / Vaskivskiy Yu., Kitsa M. Tele- ta radiozhurnalistyka. – Vyp. 10. – 2011. – S. 56–63.
5. Henderni studii v suchasni Ukraini : materialy stud. nauk.-prakt. konf. (12–13 bereznia 2015 r.) [Gender studies in contemporary Ukraine: research and practice conference proceedings (12–13 of march 2015 year)]: zb. nauk. st. / [hol. red. S. O. Filonenko]. – Berdiansk : BDP, 2015. – 96 s.
6. Genderni resursy ukrainskykh mas-media: tsina i yakist. Praktychnyi posibnyk dlia zhurnalistiv ta pratsivnykiv ZMI [Gender resources of Ukrainian mass media: price and quality. A practical guide for journalists and media employees] / N. M. Sydorenko, M. M. Skoryk. – K. : K.I.S., 2004. – 76 s.
7. Maskulinnist [Elektronnyi resurs] // Slovnyk hendernykh terminiv [Glossary of gender terms]. – Rezhym dostupu: <http://a-z-gender.net/ua/maskulinnist.html>
8. Rudkovska O. Henderni stereotypy u reklamakh [Elektronnyi resurs] [Gender stereotypes in advertising. Scientific studies of Ukrainian media content: the social dimension] / Rudkovska O. // Naukovi doslidzhennia ukrainskoho mediinoho kontentu: sotsialnyi vymir – Rezhym dostupu: <http://www.journ.univ.kiev.ua/ndumk/index.php/component/content/article/92-2/kontent-ukrainskoi-reklamy-ta-zv-iazkiv-z-hromadskistiu/103-henderni-stereotypy-u-reklamakh>
9. Feminnist ta maskulinnist [Elektronnyi resurs] // Chasopys «Yi» [Journal «Ï»]. – #27. – 2003. – Rezhym dostupu: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/N27-fem.htm>
10. Shkabara M. Vizualnyi obraz cholovika v reklamnomu dyskursi Ukrainy yak reprezentatsiina model maskulinnosti [Elektronnyi resurs] [A visual image of a man in advertising discourse of Ukraine as a representative model of masculinity] / Shkabara M // Naukovyi blog NaU «Ostrozka akademiia». – Rezhym dostupu: <http://naub.oa.edu.ua/2015/%D0%B2%D1%96%D0%B7%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7-%D1%87%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%BA%D0%B0-%D0%B2-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%BD%D0%BE/>
11. Iorgensen M.V. Diskurs-analiz. Teoriia i metod [Discourse analysis. Theory and method]. / Iorgensen M.V., Fillips L. Dzh. – Kh. : Izd-vo «Gumanitarnyi Tsent», 2008. – 352 s.

Стаття надійшла до редколегії 07.06.2017

Прийнята до друку 21.08.2017

**SPECIAL ASPECTS OF REPRESENTATIONS
OF MASCULINE IMAGES: THE DISCOURSES
OF MODERN TELEVISION ADVERTISING
(THROUGH THE EXAMPLE OF UKRAINE,
RUSSIA AND POLAND)**

O. Fedoryshyn

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Str., 1, Lviv, 79000, Ukraine
oks.ap95@gmail.com*

O. Kozachenko

*Ivan Franko National University of Lviv,
Universytetska Str., 1, Lviv, 79000, Ukraine
olyalviv3@gmail.com*

This article is concerned with the problem of masculine image creation in modern television commercials. Media, particularly advertising, on the one hand, may become a source of misinformation and stereotyped images, and on the other – the source of formation of new values and behaviors. *Research objective* is to reveal the main discourses of modern television commercials in Ukraine, Russia and Poland in the context of masculine image creation. *Goals*: to identify the special aspects of a discursive study of mass media, in particular television advertising; to develop research model of the discursive representation of masculine images in television advertising; to explore ways of presenting the male images in the commercials (in Ukrainian, Polish and Russian television); to compare the results of the research with the others similar.

Masculinity can be defined as a system of normative conceptions of man, namely the properties of such basic characteristics as appearance, behavior pattern, life style, interests, values, attitudes, sexual orientation, etc. These and other categories involve compliance with their own psychological gender, the adoption of sex-role stereotypes. Advertising spaces can be considered as a sphere, which has its own discourses, put on an idea and provide values to certain social practices.

TV commercials of three countries – Ukraine, Russia and Poland – were analyzed through the use of content analysis and discourse analysis. As a result of the study, four discursive methods of male representation were identified: «Family man», «Businessman», «Seducer», and «Sportsman», masculinity of which is measured through such «nodal points» as features of appearance, values, behavior, emotions, image environment and thematic scope of advertising. There is a competition between different discourses for defining the image of a man. The television is an example of the discourses plurality in the context of masculine image creation. With the help of content analysis, we managed to discover that we often watch on a television of all three countries the image of «Family man». The generalization of the highest percentages of all detailed and covered categories allowed us to highlight a typical

male image. On the Ukrainian television, the image of a man in advertising is associated, usually, with rest, casual style, crew cut, athletic build, with expression of social values and consumer behavior, hedonistic and communicative emotions. In the Russian TV advertising the image of a man is as follows: on vacation, casual style, sport hairstyle, athletic build, giving preference to social values and a demonstration of consumer behavior, expression of hedonistic and communicative emotions. For Polish television, the typical image is: a man surrounded by a family, casual style, with classical hair style, athletic build, with an expression of social values and comfort behavior, communicative and practical emotions. Based on the results of our study, we note that Ukrainian and Russian TV advertising discourses can be characterized as traditional, but in Poland we observe ambiguousness, namely the conflict between traditional and liberal discourse.

Key words: gender, masculinity, mass media, television advertising, discourse.

СОЦІОЛОГІЯ ОСВІТИ ТА МОЛОДІ

УДК 316.334:37

<http://dx.doi.org/10.30970/vso.2017.11.08>

РЕПУТАЦІЯ ІНТЕРНАТІВ ЯК НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНИХ ЗАКЛАДІВ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ)

Н. М. Гордієнко

*Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія,
вул. Наукове містечко, 59, м. Запоріжжя, Україна, 69017,
natali_zp_ua@ukr.net*

У статті за результатами соціологічного онлайн-опитування розглянуто проблему репутації інтернатного закладу як освітнього інституту в очах громадськості, в цьому випадку – серед користувачів інформаційної мережі «Інтернет». З'ясовано, що загалом репутація інтернату, як освітньої інституції, не отримує категоричних негативних оцінок, існує баланс позитивних і негативних суджень про рівень освіти, виховання, матеріально-технічних умов і ставлення до дітей з боку педагогічного колективу. При порівнянні їх із загальноосвітніми школами, а також з позиції вибору респондентами типу навчального закладу для своєї дитини репутація інтернатів знижується. Водночас виявився той факт, що громадська думка не підтримує ідею повної ліквідації інтернатних закладів системи освіти як освітньої інституції, хоча допускає можливість передавання дітей-сиріт в сім'ї різного типу та організації їхнього інклюзивного навчання за умови достатнього фінансування цих заходів.

Ключові слова: інтернат, репутація інтернату, реформа інтернатних закладів, пар інтернатів, порівняльне дослідження.

Інтернат, як навчальний заклад напівзакритого типу, забезпечує державне виховання і освіту найбільш соціально незахищених учнів: дітей-сиріт, соціальних сиріт, дітей із захворюваннями внутрішніх органів і систем, дітей з особливими потребами, дітей з неблагополучних сімей. Проблематика роботи інтернатних закладів є однією з найбільш обговорюваних тем у вітчизняному освітньому дискурсі у зв'язку з підготовкою їх реформи, головним напрямком якої є поступова реструктуризація цього інституту освіти. Ініціатори реформ дотримуються точки зору, що інтернати є не-ефективною формою навчання і виховання соціально незахищених дітей. Водночас працівники інтернатних закладів не згодні з цим, відстоюючи позицію, що ці навчальні заклади необхідно модернізувати, але не можна закрити, оскільки українське суспіль-

ство не готове до реалізації альтернативних варіантів піклування про дітей зазначеної категорії.

Доленосна роль інтернатів у житті багатотисячного контингенту соціально незахищених учнів, необхідність вирішення їхніх актуальних проблем не шляхом спроб і помилок, а на основі обґрунтованої, схваленої суспільством і фахівцями стратегії актуалізує значення наукового дослідження всіх аспектів діяльності цих закладів, у тому числі – і їхнього репутаційного потенціалу, що акумулює оцінки громадян і є важливим індикатором успішності виконання інтернатами своєї місії.

Інтегральному оцінюванню ефективності виконання інтернатними закладами своєї місії сприяла підготовка колективом українських науковців аналітичного звіту «Життєвий шлях випускників інтернатних закладів, дитячих будинків сімейного типу та прийомних сімей» [1]. На основі комплексного аналізу низки ключових параметрів (уявлення учнів випускних класів про своє майбутнє; реалізація можливості продовження освіти та чинники, що впливають на прийняття рішення щодо професії; самооцінка готовності до виходу на ринок праці та реальна трудова активність, доходи і витрати; стан фізичного здоров'я, психологічного та емоційного самопочуття; наявність соціальних зв'язків і дружніх відносин; поширення насильства в закладах та сім'ях, де виховувались діти-сироти і діти, позбавлені батьківського піклування, та ін.) дослідники визначають необхідність виховання дітей, позбавлених піклування біологічних батьків, у сімейних формах виховання, а не в інтернатних закладах. Майже всі експерти стверджують, що сімейні форми виховання мають значні переваги над інтернатними, що стає особливо очевидним при переході дитини до самостійного життя [1, с. 103–104].

За результатами дослідження особливостей інституціоналізації соціального захисту дітей у кризових ситуаціях в українському суспільстві О. Клименко констатує, що значна частина шкіл-інтернатів сьогодні мають недостатню матеріально-технічну базу, потребують ремонту як житлових, так і службових приміщень. Матеріальні потреби дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування, адміністрація закладів змушена вирішувати за спонсорські кошти, отримати які надто складно. Однак зміни в державній політиці щодо пріоритетів влаштування зазначеної категорії дітей змусили педагогів модернізувати існуючу систему [5, с. 327].

На основі результатів соціологічного дослідження якості виховання соціальної зрілості учнів шкіл-інтернатів для дітей-сиріт Л. Канішевська констатує наявність недоліків практичної системи навчання і виховання школярів, невідповідності педагогів до ефективного формування соціальної зрілості старшокласників. Автор наголошує, що школи-інтернати для дітей-сиріт потребують докорінного переосмислення парадигми виховання соціальної зрілості дітей-сиріт, створення умов для всебічної реалізації їхнього потенціалу у різноманітних видах діяльності [4, с. 83].

Безперечно, при дослідженні репутації інтернатів необхідно враховувати, передусім, думки випускників, які, по-перше, в найбільшій мірі інформовані про умови життя в навчальних закладах цього типу, по-друге, поєднують у своїх оцінках не тільки когнітивні, а й емоційно-сміслові компоненти життєвого досвіду, оскільки для них упродовж досить тривалого часу інтернат фактично був уособленням життєвого про-

стору, інтегрував функції основних референтних груп: сім'ї, школи і товариської групи однолітків. У цьому поліконтекстуальному вимірі важливим є аналіз життєвих історій випускників інтернатів, проведений фахівцями Українського інституту соціальних досліджень [3]. Багатоманітність суб'єктивних розповідей випускників утворює хоч і мозаїчне, але вельми інформативне бачення діяльності інтернатних закладів. Важливою є увага авторів саме до життєвих траєкторій вихованців, які репрезентують соціальну ефективність цих навчальних закладів, кінцеві результати їхньої діяльності, а не просто процесуальні характеристики, які мають другорядне значення.

У вітчизняному фаховому дискурсі досить впливовою є точка зору про те, що при реформуванні системи інтернатних закладів необхідно зберегти акумульований протягом десятиліть цінний досвід корекційно-реабілітаційної діяльності. На думку М. Родди, Україна відрізняється від західних країн тим, що вона зберегла загальну систему спеціальних шкіл для дітей з особливостями розвитку. Ці школи є безцінними осередками знань і досвіду [8, с. 23]. В. Бондар наголошує, що реформування національної системи спеціальної освіти має відбуватися не шляхом механічного копіювання європейського досвіду інклюзії, а на основі врахування соціокультурних факторів розвитку нашого суспільства, надбань практики щодо комплексної психолого-педагогічної і медичної корекції порушень розвитку дитини. Ігнорування цього неминуче призведе до втрати дітьми того обсягу корекційної допомоги, яку вони отримують в умовах функціонування шкіл-інтернатів [2, с. 10].

В. Покась за результатами дисертаційного дослідження констатує, що на початок ХХІ ст. в Україні створено мережу інтернатних закладів різноманітних типів, що загалом відповідають потребам населення. У дитячих будинках, школах-інтернатах, навчально-реабілітаційних центрах сформувалися стабільні педагогічні колективи з досить високим рівнем кваліфікації. Формується система діагностики дітей з обмеженими можливостями, здійснюється їхнє інтегроване навчання, впроваджуються нові технології навчально-виховної й лікувально-реабілітаційної роботи. Інтернатні заклади відчувають труднощі, пов'язані з недостатнім фінансовим забезпеченням, поширенням соціального сирітства, зростанням захворювань [7, с. 24–25].

Системному аналізу ефективності роботи інтернатних закладів щодо підготовки учнів до життєдіяльності у відкритому суспільстві присвячений науково-методичний посібник, підготовлений фахівцями Інституту проблем виховання Національної академії педагогічних наук України. Автори зазначають, що індекс самостійності у вихованців інтернатних закладів у два рази нижчий, ніж в однолітків, які виховуються у сім'ї. Виходячи зі стін інтернату, випускники не мають адекватного уявлення про реальні складнощі життя, що очікують їх попереду, не можуть адаптуватися до нових умов [6, с. 6]. Для вирішення цих проблем науковці розробили й обґрунтували педагогічні умови підготовки старшокласників інтернатних закладів до життєдіяльності у відкритому суспільстві, запропонували сучасні засоби, форми і методи педагогічної роботи щодо формування в учнів свідомого ставлення до власного здоров'я, готовності до професійного самовизначення, до сімейного життя, виховання в них почуття власної гідності.

Отже, аналіз наукових публікацій свідчить про те, що серед фахівців немає консолідованої позиції в оцінці ефективності роботи та доцільності реформування інтер-

натних закладів. Проте, незважаючи на широкий діапазон думок, простежується їхня поляризація, дихотомія позитивних і негативних оцінок діяльності інтернатних закладів. Обидві сторони мають свої слушні аргументи і зауваження в цій дискусії, проте її слабкою ланкою є ігнорування думки громадськості, яка може суттєво допомогти у пошуку оптимального, збалансованого рішення, що попереджає конфлікт існуючих протилежних позицій. У демократичних країнах важливі рішення, що стосуються серйозних соціальних проблем, приймаються з урахуванням поглядів громадян. Тому необхідним етапом реформування інтернатних закладів є вивчення громадської думки з цього питання, що є одним із актуальних завдань вітчизняної соціології освіти.

Метою статті є висвітлення результатів соціологічного дослідження суспільної думки щодо репутації інтернатів як навчально-виховних закладів, доцільності та можливостей їх реформування в контексті пріоритетів української освіти.

В ході нашого дослідження ролі інтернатів у житті їхніх вихованців з'явилася гіпотеза, що випускники цих закладів стигматизуються зовнішнім по відношенню до цих закладів соціальним середовищем, тоді як усередині інтернатської спільноти, тобто серед вихованців і педагогів, існує стійке переконання про високе позитивне значення інтернату в життєвій долі випускників. З точки зору громадськості, інтернатське співтовариство помиляється в своєму судженні про репутацію інтернатів. Для перевірки цієї гіпотези було проведено вивчення репутації інтернатів серед громадськості методом онлайн-опитування. В інформаційній мережі «Інтернет» була викладена анкета «Ваша думка щодо ролі інтернатних закладів в українському суспільстві». У дослідженні взяли участь 287 респондентів, серед яких 72 % складають жінки, 42 % – мають дітей. За віковою структурою осіб до 25 років – 38 %, 26–35 років – 25 %, 36–55 років – 27,4 %, старше 55 років – 9,7 %. Частина респондентів не вказала віку.

На питання: «Якою мірою Ви поінформовані про становище шкіл-інтернатів?» 44,4 % відповіли, що «в достатній мірі поінформовані», 33,1% зазначили, що «інформовані, але недостатньо добре», 22,6 % відзначили, що «майже нічого не знаю про ці навчальні заклади».

Для виявлення інтегральної репутаційної оцінки інтернатів респондентам було запропоновано дати відповідь на питання: «У випускників шкіл-інтернатів репутація вище, нижче або така ж, як у випускників звичайних загальноосвітніх шкіл?». Отримані відповіді узагальнені в табл. 1.

Як видно з таблиці 1, більшість респондентів вважає, що репутація випускників шкіл-інтернатів нижче, ніж у випускників звичайних загальноосвітніх шкіл. Ці дані емпірично підтверджують гіпотезу про стигматизацію випускників інтернату і взагалі інтернату, як освітнього соціального інституту.

Пересічні громадяни судять про інтернати на основі окремих негативних випадків непристойної поведінки деяких випускників. При цьому переважно ігнорується той факт, що більшість випускників інтернатів цілком благополучно вибудовують свою життєву траєкторію і вдячні педагогам за турботу і гарну підготовку до дорослого життя. На нашу думку, інтернатні заклади системи освіти як соціальний інститут потребують сучасної та якісної пар-стратегії, яка допоможе сформувати у громадян адекватні уявлення про значення інтернатів для тисяч дітей, які потребують допомоги з боку держави.

Домінування негативного ставлення до інтернатних закладів і результатів їх діяльності дає змогу щодо виправдання органами влади рішення щодо радикальної реорганізації мережі інтернатів, щоб взагалі скасувати їх як освітню інституцію.

Таблиця 1

Оцінювання респондентами репутації інтернатних закладів
(у % від кількості опитаних)

№ з/п	Варіант відповіді	%
1.	У випускників шкіл-інтернатів репутація вище	3,2
2.	У випускників шкіл-інтернатів репутація нижче	65,3
3.	У випускників шкіл-інтернатів репутація така ж, як у випускників звичайних загальноосвітніх шкіл	23,4
4.	Важко відповісти	8,1

Інтегральне судження про інтернати складається з оцінок окремих аспектів їхньої діяльності. Важливо з'ясувати, оцінка яких саме сторін і напрямків діяльності інтернатів найбільше вплинула на кінцеве судження громадськості.

Для цього респондентам було запропоновано погодитися або не погодитися з думкою, що «більшість шкіл-інтернатів надають дітям якісну освіту і виховання». Були отримані наступні результати: половина респондентів в тій чи іншій мірі згодні з цим твердженням (18,5% повністю згодні і 31,5% не зовсім згодні); не згодні з цим твердженням близько 40%; 10% зазначили, що вагаються з відповіддю. Отже, освітньо-виховна функція інтернатів оцінюється загалом позитивно, хоча і негативних оцінок також досить багато. Громадськість не однотайна в своїй оцінці ефективності освіти і виховання дітей в інтернатних закладах. Але важливим є той факт, що негативні оцінки у судженнях респондентів не домінують.

Наступне запитання стосувалося інших аспектів діяльності інтернатів. Респондентам було запропоновано зазначити, чи погоджуються вони з таким твердженням: «У більшості шкіл-інтернатів діти добре харчуються і виховуються у сприятливих умовах (санітарно-гігієнічних, матеріально-технічних, естетичних)». Виявилось, що більше половини (55,7 %) респондентів в тій чи іншій мірі згодні з цим твердженням (20,2 % повністю згодні і 35,5 % не зовсім згодні). Не згодна з цим твердженням третина респондентів. І ще 11 % опитаних зазначили, що вагаються з відповіддю. Таким чином, і цей аспект діяльності інтернатів не отримав однозначно негативної оцінки. Позитивні судження про умови утримання дітей в інтернатах помітно переважають над негативними.

Було також поставлене питання, що стосується думки громадськості про ставлення педагогів до своїх вихованців в інтернаті: «Якою мірою Ви згодні з тим, що вчителі та вихователі в більшості шкіл-інтернатів добре ставляться до дітей?». З'ясувалося, що більшість (58,9 %) згодні в тій чи іншій мірі, що в інтернатах вихователі добре ставляться до вихованців (19,4 % повністю згодні і 39,5 % не зовсім згодні). Близько чверті (27,4 %) респондентів не згодні з цією думкою. Більш ніж десята частина респондентів (13,7 %) вагаються з відповіддю. Загалом позитивне судження про ставлення до дітей в інтернатних закладах однозначно домінує.

Ще одне питання стосувалося думки респондентів про відносини між дітьми в інтернатах. Більшість пересічних громадян, як правило, детально не інформовані з цього питання, проте, в цьому випадку йдеться не про фактологічні знання респондентів, а про їхні загальні уявлення, про репутаційний аспект судження, адже навіть сторонні для інтернату люди можуть мати судження про специфіку взаємин між вихованцями.

З думкою про те, що «в школах-інтернатах у дітей переважно дружні стосунки в колективі», в тій чи іншій мірі згодні трохи менше половини респондентів (16,9 % повністю згодні і 30,6% не зовсім згодні). Третина опитаних не згодні з цим твердженням. Слід відмітити, що з усієї серії питань анкети в даному випадку отримано найбільший відсоток відповідей «важко відповісти» (19,4 %). Тобто кожен п'ятий громадянин України не знає, як діти ставляться один до одного в інтернатах. Втім, репутаційний потенціал інтернатів і в цьому випадку в цілому позитивний.

Отримані результати анкетування свідчать про те, що всі ключові аспекти діяльності інтернату оцінюються громадськістю переважно позитивно. Тим не менше, інтегральне судження опитаних про інтернатні заклади, наведене вище (табл. 1), виявляється негативним, коли вони порівнюються зі звичайними школами. Але це не означає, що вихованці інтернатів не отримують необхідних послуг і перебувають у поганих умовах. Безсумнівно, що виховання поза сім'єю апіорі має ряд недоліків у порівнянні з родинним вихованням, але неправильним буде висновок про те, що інтернати не виконують функцію допомоги дітям у дорослішанні і підготовці до життя, що заклади цього типу слід ліквідувати і всіх вихованців (сиріт, соціальних сиріт, дітей з інвалідністю та ін.) перевести у звичайні школи.

Працівники інтернатів, які в найбільшій мірі обізнані щодо особливостей своїх вихованців, вважають, що негативні наслідки від скасування інтернатів будуть значно переважати над позитивними. Про це свідчать дані іншого проведеного нами опитування, в якому взяли участь 200 працівників інтернатів. Відповідаючи на питання про наслідки ліквідації мережі інтернатів, 60,5% респондентів зазначили, що «діти з особливими освітніми потребами не отримають достатнього обсягу спеціальної корекційної допомоги в загальноосвітніх інклюзивних навчальних закладах». На питання: «Чи вірите Ви в можливість масової передачі вихованців інтернатних закладів у сім'ї різного типу?» негативно відповіли 80,7%, тобто переважна більшість працівників інтернатів.

Наведені відповіді респондентів свідчать про вирішальний вплив порівняльного контексту на їхні судження. При порівнянні зі звичайними загальноосвітніми школами інтернатні навчальні заклади отримують здебільшого негативні оцінки, але без такого зіставлення переважають позитивні судження громадськості про роль інтернатів у системі освіти України. Це означає, що в стратегії піар-кампанії на користь шкіл-інтернатів слід виходити тільки з безпосередніх оцінок їх діяльності. Можливе порівняння інтернатів між собою, але не зі звичайною загальноосвітньою школою, яка апіорі має більш вигідні умови.

На те, що при порівнянні зі звичайною школою інтернати суттєво програють, вказують і подальші дані дослідження. Його учасникам було запропоноване порівняльне питання: «Чи відрізняються випускники звичайних шкіл та шкіл-інтернатів за рівнем освіти?». Отримані відповіді зведені в табл. 2.

Відповіді на це питання виявляють ще один аспект проблеми порівняння інтернатних закладів системи освіти зі школами. Хоча загалом це порівняння не на користь інтернатів, але значна кількість (майже половина) респондентів вважають, що треба виходити не з порівняння цих освітніх інститутів, а з досягнень конкретних учнів.

Успішні і проблемні учні можуть бути і в звичайних школах, і в інтернатах. У більшості випадків вони забезпечують приблизно однаковий рівень освітньої підготовки, і її результати залежать скоріше від потенціалу учнів, а не від форми навчання. Справді, в інтернати потрапляють діти, які в більшості випадків мають нижчий освітній потенціал, ніж учні у звичайних школах, оскільки навчати і виховувати дітей з неблагополучних сімей, сиріт і соціальних сиріт значно складніше, ніж дітей, яких вдома в усьому підтримують батьки.

Таблиця 2

Відповіді на питання: «Чи відрізняються випускники звичайних шкіл та шкіл-інтернатів за рівнем освіти?» (у % до числа опитаних)

№ з/п	Варіант відповіді	%
1.	Як правило, загальноосвітня школа надає кращу освіту, ніж школа-інтернат	38,7
2.	Як правило, школа-інтернат надає кращу освіту, ніж загальноосвітня школа	0,8
3.	Звичайна школа і середньостатистична школа-інтернат дають приблизно однаковий рівень освіти, все залежить від конкретного випускника	49,2
4.	Важко відповісти	11,3

Одним із чітких індикаторів репутації інтернатів є бажання або небажання пересічного громадянина віддати свою дитину в навчальний заклад цього типу. Очевидно, що у випадку негативної репутації інтернатного закладу відповідальні батьки не віддадуть до нього свою дитину за власною ініціативою, але тільки у випадку життєвої необхідності (обмежені можливості здоров'я дитини, важкий матеріальний стан сім'ї та ін.). Відповіді на питання щодо ставлення респондентів до можливості навчання власної дитини в інтернатному закладі представлені в таблиці 3.

Як видно з таблиці, опосередкований показник репутації інтернату свідчить про низький соціальний статус цього типу навчального закладу, адже більшість (60 %) респондентів не віддадуть свою дитину до нього. Навіть такі виняткові випадки, як обмежені можливості здоров'я дитини, несприятливий матеріальний стан, не примусять відповідальних батьків користуватися послугами інтернату. Звідси можна зробити висновок, що, за оцінками громадськості, дітей віддають до інтернату батьки, які мають низьку відповідальність за їхнє виховання.

З огляду на всі результати дослідження можна констатувати протиріччя у мотивації респондентів як потенційних батьків. Більшість із них не дають однозначно негативної оцінки інтернатам, зокрема, таким аспектам їхньої діяльності, як навчально-виховний процес, умови проживання дітей, відносини в колективі. Тим не менше, можливість навчання своєї дитини в інтернаті респонденти оцінюють здебільшого негативно. На

нашу думку, причиною такого протиріччя є соціальна стигматизація самого інституту інтернату і, відповідно, його випускників. Потенційні батьки хоч і не вважають інтернат однозначно поганим місцем для навчання і виховання, але через низький соціальний статус інтернату, як освітнього інституту, не бажають віддавати своїх дітей до навчального закладу цього типу, навіть у разі несприятливих життєвих обставин.

Таблиця 3

Відповіді на питання: «Чи віддали б Ви свою дитину до школи-інтернату?»
(у % до числа опитаних)

№ з/п	Варіант відповіді	%
1.	Так, якщо цього вимагатиме стан здоров'я дитини	12,1
2.	Так, у випадку важкого матеріального стану сім'ї	2,4
3.	Так, якщо дитину виховує тільки мати і у неї немає можливості забезпечити всі умови для її повноцінного розвитку	4,0
4.	Так, якщо у школи-інтернату позитивний імідж у суспільстві	10,5
5.	Ні, за жодних умов	60,5
6.	Важко відповісти	10,5

Суперечливе ставлення громадськості до інтернатів також проявляється в тому, що якщо запропонувати людині роль остаточної інстанції, яка приймає рішення щодо реформи системи інтернатів, то лише третина респондентів вважатимуть за необхідне скасувати цей тип навчальних закладів. Тобто, якщо мова йде про власну дитину, то більшість респондентів у жодному разі не віддадуть її до інтернату, але коли йдеться про дітей взагалі, про інтереси абстрактної дитини, то інтернат, як освітній інститут, вважається цілком прийнятним, принаймні скасовувати його недоцільно. Про це свідчать відповіді на питання анкети: «Як Ви ставитеся до можливого різкого скорочення кількості шкіл-інтернатів в Україні?». Однозначно схвалює цю реформу лише менше чверті (22,6 %) респондентів, а критично ставляться до неї значно більше людей (35,5 %). Ще 18 % не зовсім схвалюють рішення стосовно скорочення інтернатів, чверть респондентів не змогли відповісти. Ці дані показують, що загалом громадськість не підтримує можливе різке скорочення кількості шкіл-інтернатів. Оскільки ця настанова збігається з позицією працівників інтернатів, вони можуть розраховувати на підтримку негативного ставлення громадськості до такого рішення при реформуванні системи інтернатних закладів системи освіти.

Одним із пунктів очікуваної реформи є передання дітей-сиріт і дітей, батьки яких позбавлені батьківських прав, в сім'ї різного типу: прийомні, дитячі будинки сімейного типу, фостерні сім'ї та ін. Громадськість скептично ставиться до реальності цього заходу з урахуванням низького рівня його стимулювання. На питання: «Як Ви ставитеся до можливості передачі більшості дітей-сиріт і дітей, батьки яких позбавлені батьківських прав, у прийомні сім'ї?» лише трохи більше третини опитаних (36,3 %) відповіли, що це реальне завдання. Ще 44,4 % зазначили, що «це реально при належному матеріальному стимулюванні сімей». 15,3 % опитаних вважають, що це нереально, 4 % утрималися від відповіді.

Іншим напрямком реформи є завдання переведення дітей з інвалідністю зі спеціальних навчальних закладів у звичайні школи з інклюзивним навчанням. На питання: «Як Ви ставитесь до такої реформи, як навчання більшості дітей-інвалідів у звичайних школах?» 27,4 % респондентів відзначили, що це реальне завдання. Ще 40,3 % зазначили, що «це реально при належному матеріальному стимулюванні шкіл». Нереальним переведення дітей з інвалідністю у звичайні школи вважає майже чверть (23,4 %) респондентів, 9 % не змогли відповісти на питання. Виходячи з отриманих даних опитування, громадськість готова погодитися з радикальними освітніми реформами за умови їх належного фінансування.

Висновки. Отже, за результатами емпіричного вивчення репутації інтернату як освітнього інституту з точки зору громадськості з'ясувалося, що цей інститут не отримує категоричних негативних оцінок, існує баланс позитивних і негативних суджень про якість освіти, виховання, ставлення до дітей в інтернатних закладах. Основна частина респондентів повністю або частково погоджується з тим, що школи-інтернати надають учням якісну освіту і виховання (50 %), що діти добре харчуються і виховуються у сприятливих умовах: санітарно-гігієнічних, матеріально-технічних, естетичних (55,7 %), що вчителі та вихователі в більшості шкіл-інтернатів добре ставляться до дітей (60 %). Про взаємини вихованців у школах-інтернатах респонденти інформовані в найменшій мірі, хоча майже половина (47,5 %) схильні оцінювати їх як дружні.

Виявлена залежність репутації інтернатів від порівняльного контексту, зокрема, вона знижується при порівнянні їх із загальноосвітніми школами (65,3 % вважають, що репутація випускників шкіл-інтернатів нижче, ніж у випускників звичайних загальноосвітніх шкіл) і з позиції вибору респондентами типу навчального закладу для своєї дитини (60,5 % респондентів за жодних умов не віддали б свою дитину до інтернату). Водночас з'ясувалося, що громадська думка не підтримує ідею повної ліквідації інтернатів як освітньої інституції, хоча допускає можливість передання дітей-сиріт в сім'ї різного типу та організації їх інклюзивного навчання за умови достатнього фінансування цих заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналітичний звіт «Життєвий шлях випускників інтернатних закладів, дитячих будинків сімейного типу та прийомних сімей» (за результатами соціологічного опитування) / О. М. Балакірева, І. М. Чернін, О. М. Хмелевська та ін. – К. : Український Інститут соціальних досліджень імені Олександра Яременка, Фонд Ріната Ахметова «Розвиток України», Український центр соціальних реформ, 2010. – 106 с.
2. Бондар В. Освіта дітей з особливими потребами: пошуки та перспективи / В. Бондар // Сучасні тенденції розвитку спеціальної освіти (Українсько-Канадський досвід) : Матеріали Міжнар. конф., Київ, 25–26 травня 2004 р. / за ред. : В. І. Бондаря, Р. Петришина. – Київ : Наук. світ, 2004. – С. 3–12.
3. Знайти себе: життєві історії випускників інтернатів / [Артюх О. Р., Бабак О. В., Балакірева О. М. та ін.]. – К. : Український ін-т соціальних досліджень, 2001. – 201 с.
4. Канишевская Л. Специфика воспитания социальной зрелости учащихся школ-интернатов для детей-сирот / Л. Канишевская // Социология: теория, методы, маркетинг. – 1999. – № 4. – С. 77–84.

5. *Клименко О. Ю.* Особливості інституціоналізації соціального захисту дітей у кризових ситуаціях в сучасному українському суспільстві : дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.04 / Клименко Олена Юріївна. – Харків, 2016. – 418 с.
6. Підготовка учнів інтернатних закладів до життєдіяльності у відкритому суспільстві : навч.-метод. посібник / [Л. В. Канішевська, Л. В. Кузьменко, С. О. Свириденко та ін.]. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 336 с.
7. *Покась В. П.* Зміна філософської парадигми управління навчально-виховним процесом інтернатних закладів освіти України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філос. наук : спец. 09.00.10 «Філософія освіти» / В. П. Покась. – К., 2012. – 34 с.
8. *Родда М.* Громадянське суспільство, Канада, Україна і проблеми освіти глухих / М. Родда // Сучасні тенденції розвитку спеціальної освіти (Українсько-Канадський досвід) : Матеріали Міжнар. конф., Київ, 25–26 травня 2004 р. / За ред. : В. І. Бондаря, Р. Петришина. – Київ : Наук. світ, 2004. – С. 21–25.

REFERENCES

1. Analytichnyj zvit «Zhyttjevj shlyah vypusnykiv internatnyh zakladiv dytyachyh budynkiv simejnogo typu ta pryjomnyh simej» (za rezultatamy sociologichnogo opyтуvannya [Analytical report «Life way of graduates of boarding schools, family-type orphanages and foster families» (according to the results of a sociological survey)] О. М. Balakireva, I. M. Chernin, O. Hmelevska ta in. – K. : Ukraïnskyj Instytut socialnyh doslidzhen imeni Oleksandra Yaremenka, Fond Rinata Ahmetova «Rozvytok Ukraïny», Ukraïnskyj centr socialnyh reform, 2010. – 106 p.
2. Bondar V. Osvita ditej z osoblyvymy potrebamy: poshuky ta perspektyvy [Education for children with special needs: searches and prospects] Suchasni tendenciji rozvytku specialnoji osvity (Ukraïnsko-kanadskyj dosvid) : Materialy mizhnar. Konferenciji., Kyiv, 25–26 travnya 2004 r. / Za red. : V. I. Bondarya, R. Petryshyna. – K. : Nauk svit, 2004. – s. 3–12.
3. Znajty sebe: zhyttjevi istoriji vypusnykiv internativ [Find yourself: life stories of boarding school graduates] [Artjuh O. R., Babak O.V., Balakireva O. M. ta in.]. – K. : Ukraïnskyj in-t socialnyh doslidzen, 2001. – 201 s.
4. Kanishevskaya L. Specyfika vospitaniya sotsyalnoj zrelosti uchashchihhsya shkol-internatovdlya detej sirot [Specificity of education of social maturity of pupils of boarding schools for orphans] Sotsyologiya: teoriya, metody, marketing. – 1999. – № 4. – s. 77–84.
5. Klymenko O. Yu. Osoblyvosti instytucionalizaciji socialnogo zahystu ditej u kryzovyh sytuacijah v suchasnomu Ukraïnskomu suspilstvi [Features of institutionalization of social protection of children in crisis situations in modern Ukrainian society] : dys. ... doktora soc nauk : 22.00.04 / Klymenko Olena Yuriyivna. – Harkiv, 2016. – 418 s.
6. Pidgotovka uchniv internatnyh zakladiv do zhyttjediyalnosti u vidkrytomu suspilstvi [Preparation of boarding school students for life in an open society] : navch.-metod. posibnyk / [L.V. Kanishevskaya, L. V. Kuzmenko, S. O. Svyrydenko ta in.]. – Kirovograd : Imeks-LTD, 2013. – 336 s.
7. Pokas V. P. Zmina filosofskoj paradymy upravlinnya navchalno-vyhovnym procesom internatnyh zakladiv osvity Ukraïny [Changing the philosophical paradigm of management of the educational process of boarding schools in Ukraine]: avtoref. dys. na zdobuttia nauk stupenya doktora filozof. nauk : spec. 09.00.10 «Filosofiya osvity» / V. P. Pokas. – K., 2012. – 34 s.
8. Rodda M. Gromadyanske suspilstvo, Kanada, Ukraïna I problemy osvity gluhyh [Civil Society, Canada, Ukraine and Education for the Deaf] Suchasni tendenciji rozvytku specialnoji osvity (Ukraïnsko-kanadskyj dosvid) : Materialy mizhnar. Konferenciji., Kyiv, 25–26 travnya 2004 r. / Za red. : V. I. Bondarya, R. Petryshyna. – K. : Nauk svit, 2004. – s. 3–12.

Стаття надійшла до редколегії 21.11.2017
Прийнята до друку 24.11.2017

REPUTATION OF BOARDING SCHOOLS AS TEACHING AND EDUCATIONAL INSTITUTIONS (BASING ON SOCIAL RESEARCH)

N. Gordienko

*«Khortytska national educational rehabilitational academy»,
Naukove mistechko Str., 59, Zaporizhzhya, Ukraine, 69017,
natali_zp_ua@ukr.net*

Basing on the results of sociological online survey, the author pays our attention to the problem of reputation of boarding schools as an educational institution in the public eye. The survey received 287 users of the Internet. While performing the survey we have found out that there is no clear negative opinion on the reputation of boarding schools as an educational institution. There is a balance between negative and positive opinions about the level of education and upbringing, material and technical conductions, and attitude towards children from the teaching staff.

The survey showed that the most respondents, in whole or in part, agree to the next statements about boarding schools: a boarding school is a place where pupils receive a quality education and upbringing (50%); pupils eat well and are held in good conditions: hygienic and sanitary, material and technical, appropriate aesthetic (55,7 %); in most of the boarding schools teachers and educators are kind to the children (60 %). The respondents have less information about the relations between pupils in boarding schools, but nearly half of the respondents (47,5 %) consider them friendly.

We have found out that the reputation of boarding schools depends on a comparative context. For example, the reputation level of boarding schools in comparison with the reputation level of general education schools is lower (65,3 % of the respondents think that reputation of graduates of boarding schools is lower than reputation of graduates of general education school) and in accordance with the respondents' choice of a type of educational establishment (60,5 % of respondents would not, under any circumstances, get their own child into a boarding school). At the same time, we have found out that the public does not support the idea of complete elimination of boarding schools as an educational institute, although admits the possibility of a transfer of orphans to families of different types for upbringing and their further education at the inclusive schools. A main condition to ensure the success of these actions, according to the public opinion, is an adequate financing.

Key words: boarding school, boarding school reputation, reform of boarding schools, PR of boarding schools, a comparative study.

УДК 316.334:378.4.012(477):316.472.4.063:004.738.5

<http://dx.doi.org/10.30970/vso.2017.11.09>

ЛЕГІТИМАЦІЯ ВНЗ У СОЦІАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖАХ: ПРОПОЗИЦІЇ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ УНІВЕРСИТЕТІВ

О. Т. Калиняк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
orysia.ben@gmail.com*

О. О. Козаченко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
olyalviv3@gmail.com*

У статті розглянуто специфіку легітимації сучасного українського вищого навчального закладу в соціальних Інтернет-мережах. Теоретико-методологічною основою статті є теорія соціального конструктивізму та теорія структуризації Е. Гіденса. Акцентовано увагу на теоретичному рівні розгляду легітимації (за П. Бергером та Т. Лукманом), який передбачає формування чітких схем для тих чи інших сфер інституційної поведінки. Передаванням таких схем займається спеціально підготовлений персонал, що має для цього формалізовані процедури. Відповідно, компетентні особи, що відповідають за офіційні сторінки університетів у соціальних мережах створюють певні схеми чи рамки для розуміння інституту вищої освіти та подальшої інституційної поведінки своїх акторів. Окрім того, звертається увага, що легітимація відбувається у перебігу безупинного взаємопородження дії та структури, у постійному взаємовпливі практичної та дискурсивної свідомості (згідно з Е. Гідденсом).

Емпіричною базою до написання статті є контент-аналіз офіційних сторінок Львівського національного університету імені Івана Франка, Національного університету «Києво-Могилянська Академія» та Київського національного університету імені Тараса Шевченка у соціальній мережі Facebook. Об'єктом контент-аналізу була сукупність дописів на вказаних сторінках, що були опубліковані з 15 червня до 15 листопада 2017 року (5 місяців). Досліджено тематику дописів, що була поділена на такі категорії аналізу: «поточна загальна інформація», «науково-освітні події», «культурно-розважальні події», «досягнення», «інформація про структурні підрозділи», «інформація загального пізнавально-розважального характеру, що безпосередньо не пов'язана з діяльністю університету» та інше. Окрім того, взято до уваги тематичну спрямованість зображень, розміщених на офіційних сторінках університетів у Facebook та наявність відео.

Узагальнюючи результати проведеного контент-аналізу, можемо зробити висновок, що офіційні легітимацийні пропозиції аналізованих ВНЗ (Львівського національного університету імені Івана Франка, Національного університету «Києво-Могилянська академія» та Київського національного університету імені Тараса Шевченка) в мережі Facebook функціонують в рамках традиційного дискурсу, коли університет презентується як успішна формальна структура з безліччю поточних та науково-освітніх подій. Водночас іншою «офіційною пропозицією» для сприйняття аналізованих університетів є їхня мультифункціональність, що забезпечується не лише через легітимацію науково-освітньої функції ВНЗ, але й через репрезентацію культурно-розважальних сфери університетів чи діяльності їхніх структурних підрозділів. Отже, висвітлення діяльності університетів на їхніх офіційних сторінках у мережі Facebook може виступати механізмом захисту офіційних версій інституціоналізації ВНЗ від певних девіантних форм легітимацийних процесів у віртуальному середовищі, що створюють інші неофіційні сторінки, які висвітлюють діяльність університетів в Інтернет-мережі.

Ключові слова: легітимація, соціальні Інтернет-мережі, університет.

Сучасне українське суспільство має чимало характеристик, котрі визначають його сутність і пояснюють його феномен. Однією з таких важливих характеристик можна і надалі вважати його трансформаційність. Ця трансформаційність має різносторонній характер – соціальний, інституціональний, соціокультурний тощо, а також стосується більшості сфер суспільного життя – економіки, політики, культури, релігії, освіти тощо. Будь-які трансформаційні процеси, незалежно від свого характеру чи сфери функціонування, потребують пояснення і своєрідного «узаконення», зокрема, у сфері масової свідомості. Іншими словами, суспільні трансформації неодмінно пов'язані з процесами легітимації, до вивчення яких долучається ця робота.

Хоча суспільні зміни стосуються різних сфер життя сучасного українського соціуму, особливою динамікою на сьогодні відзначається освітня сфера. Законодавчі нововведення, загальнополітична та загальноекономічна ситуація в країні, поява нового покоління молоді, – усе це робить трансформаційні процеси у цій сфері особливо актуальними. Саме гострота змін в освітній сфері стала приводом для авторського наукового зацікавлення. Попри те, що зміни в межах освітньої сфери стосуються усіх її частин, у цій роботі увагу зосереджено саме на вищій освіті, зокрема, на особливостях функціонування сучасних університетів.

Однією із важливих трансформацій сучасного світу безумовно є значна актуалізація віртуального простору, який забирає на себе частину суспільного функціонування – пошук та поширення інформації досить часто відбувається віртуально, крім того, комунікація, як особистісна, так ділова і професійна, також відбувається віртуально. Сфера вищої освіти – це та сфера, яка є найбільш сприятливою для розширення і зміцнення віртуального простору. Саме тому вивчення особливостей вищої освіти доцільно пов'язати саме з віртуальним світом, що відображено у нашій роботі.

Таким чином, *мета* цієї розвідки полягає у вивченні специфіки легітимації сучасного українського вищого навчального закладу в соціальних Інтернет-мережах.

Саме поняття «легітимація» походить від латинського слова «*legitimus*», що означає «законний». У соціологічному словнику «легітимація» – це процедура суспільного

визнання, усвідомлення та виправдання суспільного порядку, якоїсь дії, діючої особи, події або факту [4, с. 158].

У соціологічному контексті легітимністю є властивість, передусім, суб'єктивного уявлення про соціальний порядок. Люди уявляють існування закону та правомірного порядку та керуються цим уявленням у своїй поведінці. Легітимність як уявлення про існування легітимного порядку існує на рівні індивідуальної свідомості. Проте легітимний соціальний порядок ґрунтується не лише на суб'єктивному уявленні та визнанні людей. Він також набуває практичного втілення на рівні їхньої поведінки [3, с. 18].

Український соціолог В. Резнік виділяє 9 форм суспільної легітимації, з яких особливе значення має третя форма, а саме соціальна легітимація. Така форма легітимації здійснюється через громадську думку та через поширення практик.

Український соціолог І. Попова зауважує на тому, що відповідність формальним законам М. Вебер також називає легітимністю, але легітимністю «нормативною», зазначаючи, що йдеться фактично про легітимність норм. «Нормативну легітимність» М. Вебер відрізняє від «емпіричної легітимності», яка проявляється в уявленнях і поведінці людей. Для соціолога важливою буде саме «емпірична легітимність» [2, с. 24].

Усі зазначені положення підкреслюють те, що легітимація пов'язана з громадською думкою та масовою свідомістю. Це очевидно, однак очевидно також те, що є інша сторона – той, хто дає свої «пропозиції» як основу, від котрої відштовхуються легітимаційні процеси. Легітимація вищих навчальних закладів складається з двох частин – пропозицій цих закладів та їхнє сприйняття людьми. На першому етапі, на нашу думку, доцільно вивчити саме пропозиції сучасних українських університетів, а потім перевірити, як вони позиціонуються у громадській думці. Ця робота є першим етапом – ми зосереджуємо увагу на тому, що у віртуальному просторі пропонують сучасні українські університети, як вони репрезентують себе у сучасному соціумі. Наступне дослідження перевірить, яким чином ці пропозиції приймаються або відхиляються відповідною цільовою аудиторією.

Теоретико-методологічною основою цієї роботи виступає теорія соціального конструктивізму П. Бергера і Т. Лукмана та теорія структурації Е. Гіденса.

П. Бергер і Т. Лукман пропонують умовно поділити легітимацію на кілька рівнів: *дотеоретичний рівень*, на якому спостерігаються лише зачатки легітимації, що зароджуються у процесі передання знань та досвіду наступним поколінням; *рівень теоретичного утвердження* у початковій формі, пов'язаний зі створенням різноманітних пояснювальних схем, які мають практичний і конкретний характер – організаційні легенди та історії, крилаті фрази та гасла тощо; *теоретичний рівень*, який передбачає чіткі схеми для тих чи інших сфер інституційної поведінки. На відміну від попереднього рівня, передаванням таких схем займається спеціально підготовлений персонал, що має для цього відповідні формалізовані процедури. На цьому етапі легітимація виходить за межі практичної сфери і стає «чистою теорією»; *рівень символічних універсумів*, на якому упорядковуються, а отже, легітимізуються повсякденні ролі, пріоритети та діючі правила тощо за допомогою вміщення їх у теоретичні схеми. Таке упорядкування, котре цілковито виходить за межі практичності, потрібне для захисту інституційного порядку.

Тепер легітимація здійснюється виключно за допомогою символічних конструктів, що охоплюють усі сторони інституціоналізаційних процесів, однак є далекими від повсякденного життя [1, с. 153–156]. Відповідно до названих положень, сучасні українські університети виступають «теоретиками», які за допомогою своїх офіційних сторінок у соціальних мережах створюють певні схеми чи рамки для подальшої інституційної поведінки своїх акторів – абітурієнтів, студентів, викладачів тощо.

У рамках теорії структурації Е. Гіденса легітимацію визначено як одну із характеристик дуальності структури. Явище легітимації пов'язане із процесами інтеграції та структурації, а також з явищами соціальних практик. Характерною особливістю цієї теорії є наголошення на діяльнісних витоках легітимації, на тому, що люди не лише легітимують будь-що, зважаючи на структурні обмеження, але й власними діями створюють ці підстави легітимності. Легітимація відбувається у перебігу безупинного взаємопородження дії та структури, у постійному взаємовпливі практичної та дискурсивної свідомості. Тобто легітимація відбувається через вплив дії та структури одна на одну. Тут ще раз підкреслено важливість для повноцінної легітимації двох елементів – структури, яку представляють університети і їхні офіційні сторінки, та дій, які пов'язані з уявленнями людей, що будуть вивчатися пізніше.

Названі вище теорії соціального конструктивізму та структурації повинні подолати суперечності між методологічним об'єктивізмом і суб'єктивізмом, макро- і мікроструктурними соціологічними підходами у пізнанні соціальної реальності, що виправдовує використання контент-аналізу як основного методу цього дослідження.

По-перше, проведення контент-аналізу передбачає вибір джерел та об'єктів кодування. Для аналізу ми обрали офіційні сторінки Львівського національного університету імені Івана Франка (<https://www.facebook.com/franko.lviv.ua>), Національного університету «Києво-Могилянська Академія» (<https://www.facebook.com/naukma/>) та Київського національного університету імені Тараса Шевченка (<https://www.facebook.com/kyiv.university/>) у соціальній мережі Facebook. Такий вибір університетів зумовлений наступним критерієм – кількістю осіб, що «стежать» за їхніми офіційними дописами: у всіх згаданих українських ВНЗ – по 12 тис. підписників (станом на грудень 2017 року), що є найбільше серед національних університетів (приватні університети не бралися до уваги). Facebook був обраний з огляду на те, що інша соціальна мережа Вконтакті (що була найбільш поширеною донедавна часу в Україні) на сьогодні заборонена законодавчо, а тому саме Facebook зайняв певну нішу у формуванні легітимаційних уявлень про університет як соціальний інститут у віртуальному середовищі. Об'єктом контент-аналізу була сукупність дописів на вказаних сторінках, що були опубліковані з 15 червня до 15 листопада 2017 року (5 місяців). Таким чином, у вибірку потрапили пости, які репрезентують як період навчання, так і літній період, коли активно ведеться вступна кампанія з метою приваблення абітурієнта. Загалом, було проаналізовано 252 постів, що репрезентують образ університету у Львові, 153 – Києво-Могилянської академії, 247 – Київського національного університету ім. Т. Шевченка.

По-друге, під час проведення контент-аналізу дуже важливо виділити аналітичні категорії, тобто сукупність ознак, які підлягають аналізу. Отже, нас цікавила тематична

спрямованість дописів, що потрапили у вибірку і репрезентували образ університетів. Оскільки аналізовані сторінки є офіційними, то саме їх можна вважати певними «вузловими точками» у формуванні структурних пропозицій вищих навчальних закладів у легітимаційному процесі, а саме у його теоретичному рівні (згідно з Т. Лукманом і П. Бергером). Після пілотажного дослідження були виділені наступні категорії аналізу: «поточна загальна інформація», «науково-освітні події», «культурно-розважальні події», «досягнення», «інформація про структурні підрозділи», «інформація загального пізнавально-розважального характеру, що безпосередньо не пов'язана з діяльністю університету». Зауважимо, що усі категорії, окрім останньої, стосуються дописів, що безпосередньо пов'язані з функціонуванням університету. Відповідно одиницею рахунку під час проведення контент-аналізу була «наявність категорії» в дописі, після чого здійснювався підрахунок частоти та частки репрезентації аналітичних категорій.

Проаналізуємо результати авторського дослідження, що були отримані за допомогою методу контент-аналізу дописів, розмішених на офіційних сторінках Львівського національного університету імені Івана Франка, Києво-Могилянської академії та Київського національного університету імені Тараса Шевченка (див. табл. 1)

Таблиця 1

Тематична спрямованість дописів офіційних сторінок університетів у Facebook

Тематика дописів	«ЛНУ ім. Івана Франка. Офіційна сторінка»	Національний університет «Києво-Могилянська академія»	Київський національний університет імені Тараса Шевченка (офіційна)
1	2	3	4
Поточна загальна інформація (вступ, випуск, офіційні зустрічі ректора тощо)	29 %	31 %	36 %
Науково-освітні події (конференції, тренінги тощо)	19 %	23%	17 %
Реалізовані	6 %	3%	5 %
Заплановані	13 %	20%	12 %
Культурно-розважальні події (концерти, екскурсії, вечірки тощо)	13 %	15%	17 %
Реалізовані	5 %	1 %	6 %
Заплановані	8 %	14 %	11 %
Досягнення	17 %	9 %	12 %
Видатні особистості	11 %	6 %	6 %
Високі позиції в рейтингах	2 %	2 %	3 %
Інше	4 %	1 %	3 %
Інформація про структурні підрозділи (бібліотека, ботанічний сад тощо)	11 %	11 %	6 %

1	2	3	4
Інформація загального пізнавально-розважального характеру, що безпосередньо не пов'язана з діяльністю університету (враження про літо, наукові факти тощо)	8 %	10 %	9 %
Інше	3 %	1 %	3 %

Спільним для усіх аналізованих університетів є значне переважання репрезентації поточної діяльності навчальних закладів (вступ, випуск, зустрічі ректора тощо). Прикладом такої публікації є наступна: «Ректор В. Мельник обговорив зі студентами Університету актуальні питання освітнього процесу» (із доданою фотографією). Такі результати виглядають цілком логічними, адже однією з найважливіших функцій офіційних сторінок в соціальних мережах є інформування про події, що відбуваються в університетах.

Другою категорією, що зустрічається найчастіше в аналізованих ВНЗ є дописи про науково-освітні події, що відбуваються в межах університету (конференції, семінари, майстер-класи, тренінги, зустрічі з науковцями). Ці результати свідчать про легітимізаційні пропозиції з боку університету сприймати його традиційну науково-освітню функцію як надзвичайно важливу в контексті формування уявлень про соціальний інститут. У цьому контексті легітимізація необхідна насамперед для так званого «молодшого» і всіх наступних поколінь, які отримують інформацію не безпосередньо, а через інших, і можуть інтерпретувати університет через інші значення.

На офіційних Facebook сторінках аналізованих університетів (КНУ ім. Т. Шевченка та НУ «Кієво-Могилянської академії» на третьому місці (для ЛНУ ім. І. Франка на четвертому місці) за частотою публікацій була тематика про події культурно-розважального характеру (концерти, святкові виступи, вечірки тощо). Приклад такої публікації: «Вважаєте свій факультет найкращим? Тоді цей пост для тебе. Саме у ніч Хелловіну відбудеться справжня битва факультетів. Потрібно зробити всього два кроки...». Можемо припустити, що такі результати свідчать про пропозиції університетів позиціонувати себе не лише як науково-освітню установу, але й як установу, що організовує дозвілля студентів, викладачів та зацікавлених осіб. Зауважимо, що серед публікацій про науково-освітні та культурно-розважальні події переважають дописи, що інформують про заплановані події, що дає можливості стати аудиторії їхніми учасниками.

Ще однією пропозицією університетів у репрезентації власної легітимізації є формування уявлень про досягнення ВНЗ (видатні особистості, позиції в рейтингах тощо). За результатами контент-аналізу ця категорія є важливішою для ЛНУ ім. І. Франка, ніж для інших університетів (приклад, «Випускник Львівського фізико-математичного ліцею при Університеті – срібний призер міжнародної Олімпіади з хімії» (із вкладеним фото)). Зауважимо, для аналізованих ВНЗ більш характерно персоналізувати досягнення університетів, тобто публікувати інформацію про переможців конкурсу, відомих випус-

кників чи викладачів, ніж наголошувати на позиціях у рейтингу, що займає начальний заклад.

Приблизно на одному рівні важливості з висвітленням досягнень університету перебуває репрезентація діяльності структурних підрозділів (бібліотека, ботанічний сад, хор, танцювальні колективи, окремі факультети тощо). На наш погляд, висвітлення діяльності структурних підрозділів дає можливість аудиторії оцінити та дізнатися ширші аспекти функціонування університетів. Саме тому, ця категорія також свідчить про актуалізацію висвітлення діяльності університетів як мультифункціональних інститутів, що забезпечують не лише науково-освітню функцію.

Як і в попередніх випадках, незначною є частка висвітлення інформації загально-го пізнавально-розважального характеру, що безпосередньо не пов'язана з діяльністю університету (події, що відбуваються поза університетом, але могли б бути цікаві студентам; побажання гарного настрою та натхнення; враження про літо; фото природи чи міста тощо). Можна припустити, що поширення такого типу інформації могло б сприяти формуванню іміджу сучасного університету, який не лише інформує про себе, але й дає можливість для саморозвитку, влаштовує конкурси з нагородами, запитує як ви відпочиваєте влітку чи навіть жартує, тобто виступає певним комунікаційним партнером для аудиторії.

У формуванні образу університету в соціальній Інтернет-мережі важливу роль відіграє візуальний супровід текстових дописів. Саме тому, окремо було проаналізовано зображення (фото, малюнки тощо), які супроводжували дописи університетів на офіційних сторінках у соціальній мережі Facebook (див. табл. 2). Загалом фактично кожен пост супроводжується зображенням, а його відсутність є поодиноким винятком.

Таблиця 2

Тематична спрямованість зображень, розміщених на офіційних сторінках університетів в Facebook

Тематика фото	«ЛНУ ім. Івана Франка. Офіційна сторінка»	Національний університет «Києво-Могилянська академія»	Київський національний університет імені Тараса Шевченка (офіційна)
Люди	51 %	38 %	47 %
Споруда університету	10 %	7 %	11 %
Природа	3 %	2 %	2 %
Книги	1 %	6 %	0 %
Логотип	1 %	3 %	2 %
Інше	34 %	44 %	38 %

Зауважимо, що на зображеннях, які супроводжують дописи ЛНУ ім. І. Франка та КНУ ім. Т. Шевченка домінує представлення людей (учасників певних науково-освітніх чи культурно-розважальних заходів; осіб, що репрезентують досягнення університетів тощо). Окрім того, часто через репортажну фотозйомку висвітлюються поточні події в межах університету (вручення дипломів випускникам, зустрічі ректора тощо). Велика

кількість зображень людей може свідчити про певну спробу представлення університету як інституції з «людським обличчям», водночас це спричиняє певну шаблонність сторінок університетів. Важливо, що зображення на офіційних Facebook сторінках університетів часто характеризуються значною різноманітністю, а тому їх важко згрупувати у більш вузькі категорії (категорія «інше»). Проте такі результати свідчать про релевантність вибору візуального супроводу кожного допису, який має свій унікальний характер. Категорія «споруда університету» посідає третє місце по кількості зображень, що свідчить про певні пропозиції до легітимації університетів як фізичного простору, який би мав сприйматися як привабливий в історико-архітектурному та інфраструктурному контексті.

Ще одним елементом віртуальної комунікації з боку університетів є застосування принципу мультимедійності. У випадку соціальних Інтернет-мереж – це використання не лише текстових та фото публікацій, а ще й відеоматеріалів (як попередньо записаних відео, так і прямих трансляцій з певної події). Зазначимо, що за аналізований період на сторінці «ЛНУ ім. Івана Франка. Офіційна сторінка» було опубліковано 10 відео, на сторінці університету імені Тараса Шевченка – 16, а Києво-Могилянської академії – 8 (але в цього університету і найменше публікацій). Хоча кількість відео не є надто великою, проте застосування можливостей мультимедійності соціальних мереж може свідчити про бажання університетів легітимізувати образ сучасного ВНЗ, який відповідає останнім трендам відображення діяльності певної інституції в різних медійних форматах.

Зауважимо, що для аналізованих українських університетів характерний зазвичай офіційний стиль написання постів в мережі Facebook, адже такі неформальні елементи як символічні знаки емоцій (смайлики) чи жартівливі публікації використовуються рідко.

Розглядаючи аналізовану емпіричну інформацію крізь призму теорій легітимації, зауважимо, що остання необхідна для того, щоб протидіяти хаосу. У будь-якому інституційному процесі (чи символічному універсумі) на початку закладається офіційна версія. Однак згодом може виробитися неофіційна (альтернативна або девіантна) версія символічного універсуму. Ця неофіційна версія має право на існування і не створює особливих проблем до того часу, поки вона не кидає виклик початковій версії. Тобто проблема з'являється тоді, коли цю неофіційну версію починають підтримувати більше, ніж припустимо, членів певного інституту. Виникає потреба у механізмах захисту офіційної версії від будь-яких девіацій [1, с. 173–174]. Якщо звернутися до випадку ВНЗ, то певну девіантну форму легітимаційних процесів у віртуальному середовищі можуть створювати неофіційні сторінки, що висвітлюють діяльність університетів в Інтернет-мережі. Проте висвітлення діяльності університетів на їхніх офіційних сторінках у мережі Facebook може виступати саме таким механізмом захисту офіційних версій інституційного процесу функціонування ВНЗ. Це виражається у представленні певних пропозицій щодо розуміння та інтерпретації університету як певного соціального інституту з боку такої структурної одиниці як Facebook сторінка. У цьому випадку спеціальний персонал, який відповідає за цю сторінку, виділяє певні схеми чи рамки діяльності ВНЗ, публікуючи на цю тематику більше дописів. Водночас інші

сфери діяльності університету висвітлюються значно менше, створюючи враження їх меншої важливості.

Узагальнюючи результати проведеного контент-аналізу, можемо зробити висновок, що офіційні легітимаційні пропозиції аналізованих ВНЗ (Львівського національного університету імені Івана Франка, Національного університету «Києво-Могилянська академія» та Київського національного університету імені Тараса Шевченка) в мережі Facebook функціонують в рамках традиційного дискурсу, коли університет презентується як успішна формальна структура з безліччю поточних та науково-освітніх подій. Водночас іншою «офіційною пропозицією» для сприйняття аналізованих університетів є їх мультифункціональність, що забезпечується не лише через легітимацію науково-освітньої функції ВНЗ, але й через репрезентацію культурно-розважальних сфери університетів чи діяльності їх структурних підрозділів.

Безумовно, для повного дослідження легітимації сучасних українських університетів важливо вивчити, яким чином відповідна цільова аудиторія сприймає чи не сприймає те, що пропонує офіційний дискурс. Це друга, дуже актуальна і перспективна частина нашої наукової розвідки, яка буде реалізована шляхом вивчення думки студентів, абітурієнтів та викладачів і представлена у наступній публікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва : «Медиум», 1995. 323 с.
2. Попова И. П. Социологический подход к исследованию легитимности и легитимации // Социология: теория, методы, маркетинг. 2000. № 3. С. 21–41.
3. Резнік В. С. Легітимація приватної власності як концепт соціологічної теорії. Київ : Інститут соціології НАН України, 2010. 512 с.
4. Соціологія: словник термінів і понять / [упоряд. Є. А. Біленький, М. А. Козловець]. Київ : Кондор, 2006. С. 158.

REFERENCES

1. Berger P., Lukman T. (1995). Social'noe konstruirovanie real'nosti. Traktat po sociologii znaniia. [Social Construction of the Reality. Treatise of Sociology of Knowledge]. M. : Medium. 323 s. [in Russian]
2. Popova I. P. (2000). Sociologicheskij podhod k isledovaniju legitimnosti i legitimacii [Sociological Approach to the Researching of Legitimacy and Legitimation] // Sociologija: teorija, metody, marketing. [Sociology: Theory, Methods, Marketing]. №3. S. 21-41. [in Russian]
3. Reznik V. S. (2010). Legitymatsiia pryvatnoi vlasnosti iak kontsept sotsiologichnoi teorii. [Legitimation of Private Property as The Concept of Sociological Theory]. K. : Instytut sotsiologhii NAN Ukrainy, 512 s. [in Ukrainian]
4. Sotsiologhii: slovnyk terminiv i poniat' [Sociology: Vocabulary of Terms and Concepts] / [uporiad. Ye. A. Bilen'kyj, M. A. Kozlovets']. (2006). K. : Kondor. S. 158. [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редколегії 22.07.2017

Прийнята до друку 19.08.2017

LEGITIMIZATION OF THE HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS: (BASING ON SOCIAL RESEARCH)

O. T. Kalynyak

*Ivan Franko national university of Lviv,
Universytetska Str. 1, Lviv, Ukraine, 79000,
orysya.ben@gmail.com*

O. O. Kozachenko

*Ivan Franko national university of Lviv,
Universytetsk Str. 1, Lviv, Ukraine, 79000,
olyalviv3@gmail.com*

The article deals with the specific of legitimation of the contemporary Ukrainian university in social internet networks. The theory of social construction and the theory of structuration by A. Giddens became the theoretical and methodological base of the article. The authors pay attention on the theoretical level of learning of legitimation, following P. Berger and T. Lukman's ideas. These ideas concern the process of creating of clear circuits for different spheres of institutional behavior. Specially prepared people with the help of some formalized procedures transfer these circuits to the society. So, competent persons, responsible for the official web sites of the universities in social internet networks, create some circuits or frames for the understanding of the social institute of high education and for the farther institutional behavior of their actors. Besides, the authors see legitimation (followed A. Giddens) as the process of intergeneration of action and structure, as the process of constant mutual influence of practical and discourse consciousness.

The content analysis of the official web sites of Ivan Franko Lviv National University, National University of «Kyiv-Mohyla Academy» and Taras Shevchenko Kyiv National University in the social network Facebook became the empirical base of this article. The collection of posts of mentioned web sites, published in the period from June, 15 till November, 15 2017 (for 5 months) act as an object of conducted content analysis. We researched the topics of the posts and divided them into such analytical categories, as «current general information», «scientific and educational events», «cultural and entertaining events», «achievements», «information about the structure», «general cognitive-entertaining information, connected with the activity of university» etc. Besides, we learned the pictures and the videos, placed at the official university's web sites in Facebook.

The results of conducted content analysis gave the opportunity for interesting conclusions. The official legitimation proposals of learned Universities in Facebook stay in the frame of traditional discourse. The University is presented as the successful formal structure, full of current and special scientific and educational events. At the same time the other «official proposal» for the perception of the analyzed universities is their multifunctionality. This feature is provided not only by legitimation of scientific and educational functions of the university, but also by representation of cultural and entertaining events of the university and its departments.

The final conclusion of our research concerns the legitimation. The representation of university activity at their official web sites in Facebook could become the defense mechanism of the official versions of the institutionalization of universities from different deviant legitimation processes in the virtual environment. The other non-official web sites, which represent the activity of university in the Internet, create the threat to the legitimation of this university. That's why the official virtual proposes of the universities are very important for their legitimation and institutionalization.

Key words: legitimation, social web sites, university.

NORMATIVE DIMENSIONS OF MARITAL AND FAMILY INTIMACY IN THE POLISH STUDENTS' EVALUATION

M. Sroczyńska

*Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw, Institute of Sociology,
Wóycickiego Str., 1/3, building 23, 01-938 Warsaw,
mariasroczynska@wp.pl*

The article discusses the attitude of Polish students to the normative dimension of marital and family intimacy. The evaluation covers five issues: premarital sexual intercourse, the use of contraceptives, marital infidelity, divorce and termination of pregnancy. The results of the survey research performed in 2017 on Polish students were compared with the outcome of the dynamic research conducted on the academic youth since the late 1980s. Marital and family morality based on values and principles referring to the authority of Roman Catholicism is undergoing significant changes. On the one hand the individualization and subjectivization of the content related to intimate life and on the other hand the revitalization of moral categories perceived primarily as individual responsibility and less frequently as a part of a religious system are observed. Therefore, it would be worthwhile to compare the results of the conducted research with the students' moral evaluations formulated against the background of other societies and the religious cultures prevalent in them, including the Orthodox Church.

Keywords: marital and family intimacy, Polish students, moral evaluation, religious norms.

Introduction – religion and morals in the post-modern world. Scholars studying social life, especially its axionormative sphere, agree that social control systems such as religion, morality, law, customs and fashion are partially autonomous and partially interdependent, [cf. 1; 2]. Although it is possible to imagine a society abandoning strictly religious¹ symbols and meanings, a social life devoid of references to moral categories – good and evil – is a utopia. The concept of intimacy, related to the most inner, personal and private sphere and intended for the closest persons, is connected with the axionormative dimension regulating the realm of eroticism, sexuality, love, and hence also the marital and family life. According to Anthony Giddens, the socio-cultural processes related to postmodernism have resulted in a far-reaching emancipation in this area, both in the context of absolute meanings with a religious background and social conformities internalized by individuals. In consequence a growing interest in the concurrent love model and the so-called *pure relations* can be observed

¹ The researcher Mircea Eliade believes that this is not entirely possible due to the preservation of the so-called residual sacrum [3].

[4]. Nowadays, there is an increasing, even though not fully realized, heterodoxy (understood as views and activities different from the doctrine of faith propagated by a given religious institution) and growing relativistic tendencies. Religion and morals are increasingly forming separate systems for regulating human behavior. On the other hand, although to a lesser extent, there is a visible shift towards rudimentary content (often rooted in the substantial *sacrum*), perceived as objective determinants of a valuable individual life and social order. As is rightly claimed by Zygmunt Bauman «...human reality is unordered and ambiguous, and also moral decisions, unlike abstract ethical principles, are ambivalent» [5, p. 45]. These problems, coexisting with the sociological narration, are defined on the one hand – through the prism of institutionalization and privatization of religion and morality, and on the other by processes of secularization, desecularization and marketization [6]. In the Polish society they used to be connected with the systemic transformation and are presently associated with the dynamics of reflexive modernization [7].

The morals and customs of Polish society are characterized by a specific strategy of adaptation to diverse systemic conditions. It is connected with such features as: a stability of orientation on the social capital based on the family and local environment, the deficit of public morality and the identification at the level of primary structures (nation and Church of representation) [cf. 8]. Only a decade ago, the most probable scenario was that of a relative stabilization of references between the religious and moral spheres [9; 10; 11, p. 81–91]. Today one can observe tendencies separating those systems, which results in an increasing importance of decisions based on the autonomous conscience criteria. The individualization trend largely reduces the differences between men and women (especially in younger age categories), and promotes «situational tinkering» in the area of religious and moral meanings (e.g. in the sphere of intimacy) [12; 13; 14].

The tendencies to absolutize the moral content are far less common, which implies their relation with religious values. The globalization and modernization produce a landscape of contradictions – on the one hand the *sacrum* is dispersed and on the other it emerges in non-religious areas, whereas the strong emphasis on an individual's self-fulfillment is accompanied by the need for bonds and shared emotions. It provokes the formation of new forms of responsibility that in the intimate sphere oscillate around the negotiation model.

Characteristics of research. The research proper was conducted at the Department of Sociology of Religion at the Institute of Sociology, in cooperation with the Institute of the Catholic Church Statistics of the SAC, at the turn of April and May 2017. It covered only full-time studies in state universities¹. This decision was made to preserve the characteristics of the samples in comparative diachronic studies. In all the surveys in 1988, 1998, 2005 and 2017, the research type f2f of the auditory type PAPI was applied. Based on the nationwide structure of academic youth it was established that 1067 students would be examined. The effective sample was $n = 794$ ($yy = 0.74$) students. The basic reason for the unit non-response was the refusal to participate in the survey. In order to match the sample structure to the population sample the rim weighting of the RAKE type was used. Respondents' statements were anonymous in order to comply with the standards of ESOMAR and PKJPA [15].

¹ The students of the following fields of studies: Sociology, Economics and Man in Cyberspace at the Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw provided the network of survey interviewers.

In the literature on the subject students are defined as a social group identified by specific activities (academic studies), patterns of behaviour and leisure, sharing a social space and being embedded in peer groups. The period of studies provides time for development and self-improvement, hence the students are considered a socially privileged group [16, pp. 33–34].

The analyzed sample of 2017 is dominated by women (59.2 %) with 40.8 % of men, students of mathematical and natural sciences (including medicine) account for 65.7 % of the respondents and students of humanities and socio-economic sciences represent 34.3 % of the group. Almost half of the respondents come from the rural environment and from small towns with up to 50,000 inhabitants, nearly every seventh student represents a metropolitan agglomeration, and every eighth one – a city with 100,000 to 250,000 inhabitants. The number of residents of large cities (up to 500,000) and small cities (50–100,000) is slightly smaller, they are represented by every fifth respondent.

Although the parents' education structure still shows higher figures for mothers, the declarations of the respondents representing the generation of children born at the beginning of the transformation show that these differences have flattened. The results of comparative research reveal increasingly better education of subsequent generational cohorts of Poles [cf. 17]. These issues correspond with the evaluation of the family's financial situation – almost 70% of respondents define it as very good or good and every fourth person declares that their living standard is average, whereas negative responses appear only sporadically.

The vast majority of the youth belong to Roman Catholic Church (84.5%), and every tenth person does not identify themselves with any denomination. Only few respondents declare their relationship with Orthodoxy, Protestantism, Judaism, Islam (2.1% in total), as well as with other minority groups. Nearly 60 % of respondents regard themselves as believers (including 11.7 % of deep believers), 17% are undecided but attached to a religious tradition whereas 12 % are indifferent. One in ten students admits to be a non-believer. Most of the respondents participate in a religious worship either systematically (every third respondent) or non-systematically (every fourth respondent). Nearly 20 % of the academic youth participate in religious practices rarely and slightly over 13 % do not do it at all. Thus, slightly over one third of students have significantly weakened or broken off the ritual bond with the religious community.

Normative dimension of marital and family intimacy in the evaluation of students.

One of the issues dealt with in the research «Youth and Values 2017» was an attempt to operationalize moral evaluations in the context of behaviours violating the normative order of the intimate sphere, identified with the model of Roman Catholic religion [Figure 1]. The opinions concerned five issues: sexual intercourse before marriage, the use of contraceptives, marital infidelity, divorce and termination of pregnancy.

Source: Author's calculations based on the «Youth and Value 2017» study. The highest rates of moral liberalism concern the use of contraceptives and sexual intercourse before marriage. In each case approx. two thirds of students find these activities acceptable. It highlights clearly the transformations that the contemporary form of intimacy has undergone, manifested as a detachment of sexuality from marriage, procreation and the traditional family. Out of the surveyed issues being in contradiction to the teaching of the Catholic Church it is the use of contraceptives and the pre-marital sex that received the highest acceptance of

students. The Catholic Church treats the sacramental marriage as a communion of persons open to both the bond-forming and the procreating dimensions [18, p. 532–533].

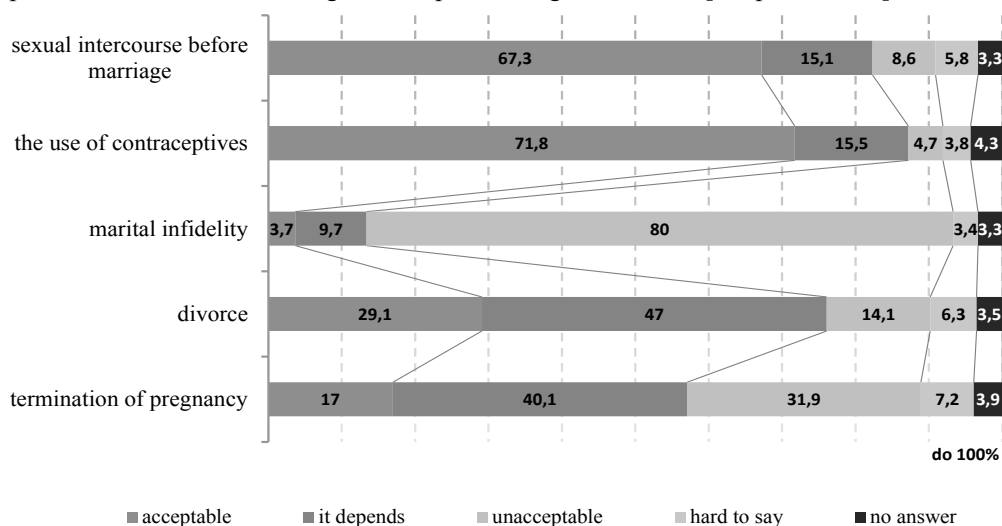


Chart 1. Moral assessment of violating the normative dimension of marital-family intimacy (in per cent)

Divorce is accepted by every third respondent, the majority of students connect the breakdown of a marriage with the relativization of moral evaluation (almost half of the indications). On the other hand, within the «cultural obviousness» is a negative evaluation of marital infidelity (declared by 80% of respondents), perceived as an act that undermines the essence of sexual, emotional and psychological bond between partners. Thus, students, in the vast majority do not approve of actions violating both religious and secular criteria of goodness in interpersonal relations. Termination of pregnancy, on the other hand, does not evoke such unambiguous reactions, it is unacceptable for every third respondent whereas almost half of the surveyed students believe the evaluation of abortion depends on special circumstances (as can be presumed – allowed by the law in force in Poland)¹. Only every sixth respondent supports the *pro-choice* attitude as far as the possibility of terminating pregnancy is concerned. Whether the conception of human life is attributed to the sphere of the *sacrum* or to secular values has a significant impact on the way in which members of a given society evaluate abortion.

The interpretation of the system of research variables provides a context for the emer-

¹ Since 1993, abortion has been legally permitted in special circumstances specifically stipulated by the law. These include: threat to the health or life of the mother, irreversible impairment of the fetus or the occurrence of a prohibited act (rape, iniquitous act) – Act on family planning, protection of the human fetus and the conditions for the legally permissible termination of pregnancy, dated 7 January 1993 [cf.19, access: 19/12/2016].

gence of interesting relations¹. Women slightly less commonly than men approve of pre-marital sex (difference of 4 percentage points), at the same time more often indicating the category «it depends». In the case of divorce female students indicate the option «it depends» more often than male students, with the difference of 10 percentage points, at the same time being less strict in their evaluations (difference of 5 percentage points). As far as the place of permanent residence is concerned, the number of opinions that accept premarital sex (contradictory to the teaching of the Church) increases together with the transition from small (60 % indications in rural communities) to larger communities, remaining a «cultural obviousness» in metropolitan agglomerations (almost 82 %)². The use of contraception is evaluated in a similar way, whereas the lowest rate of non-acceptance of pre-marital sex occurs in medium-sized cities with 100,000 to 250,000 inhabitants (4.0 %). The orthodoxy of religiously motivated views related to the acceptability of divorce is particularly evident in the case of people from smaller local communities. Then, students assessing the financial status of their families as very good are also those who indicate the unacceptability of premarital sex (approx. only 12 % of acceptance), whereas those with poor financial situation are the least strict (85% of acceptance). With regards to contraceptives one can observe the fear of an unwanted pregnancy complicating the difficult life situation of young people, anticipated by some respondents. On the other hand, a better assessment of the financial condition of one's own family favours a more positive attitude towards divorce, but in this case, the opinions are divided (people assessing this condition as very good most strongly accept the indissolubility of marriage). Marital infidelity is regarded as unacceptable by women more often than by men (85% and 75%, respectively), by respondents studying mathematical and natural sciences more often than by those studying humanities and social-economic sciences (the difference of seven percentage points), by people with the permanent place of residence in smaller local communities – in villages and cities with up to 100,000 inhabitants, and by those whose families have a good financial situation. In a rural environment only 10 % of students recognize the possibility of a pregnancy termination (and 40 % of respondents oppose it), while in the largest cities (over 500,000 inhabitants) the attitudes are to the largest extent antagonized – permissivism or moral rigorism are manifested by every fourth respondent. Attitudes that accept the possibility of abortion in special circumstances are most commonly manifested by people from small and medium-sized cities, ranging from 50,000 to 250,000 of residents.

An important role in assessing sexual relation before the church wedding, the use of contraceptives or divorce is played by two basic aspects of institutionally oriented religiosity – the attitude to faith and religious practices [cf. 20, p. 286–295], which is also confirmed by the study of 2017. However, even strong identification with religious faith does not guarantee full acceptance of the moral code related to it. The growing distance to the faith is accompanied by the acceptance of premarital sex, but a clear qualitative «leap» can be observed between those declaring themselves as believers and the other categories of respondents. The contradictory positions in the assessment of marital infidelity is especially evident between

¹ They are the result of the data analysis included in the cross tables.

² Students coming from small towns, up to 50,000 inhabitants are an exception here, which can be associated with the mechanism of relative privilege. Rural environment is considered by them too conservative in the sphere of customs.

respondents who are deep believers, believers and undecided (over 4/5 of respondents in each category), and people who are religiously indifferent and non-believers, whose strict indications are lower by approx. 20 percentage points on average. The evaluation of abortion reveals a downward trend with regard to connecting religious faith with moral rigorism – the deep believers outnumber non-believers nearly ten times (59 % and 6 % respectively). The degree of liberalism with regard to abortion increases when respondents are less involved religiously (however, the persons indifferent in matters of faith express less acceptance of pregnancy termination than the undecided ones).

There is a similar tendency in the case of those involved in religious practices, although dedication in this area is not as much correlated with the acceptance of the sixth commandment as the religious faith. Among those regularly participating in Sunday mass and religious holidays there is a significant difference of views, nearly two fifths accept departure from the religious norm, almost every fourth is against such a departure, and almost every third person makes the opinion dependent on the wider context. Non-practitioners do not manifest rigorous attitudes, and only every eleventh respondent participating in worship has rare moments of doubt in this matter, e.g. in relation to important religious holidays or rites of passage (weddings, funerals). Thus, religious identification on the level of faith appears to be a more important correlate of morality and customs than the fact of ritual involvement, which is also reflected in the evaluation of the use of contraceptives and of divorce. In the group of deep believers, only every third person allows the use of contraceptives, while among non-believers this applies to over 90 % of respondents; in the opposing categories: «systematic participation in religious practice» and «no participation in religious practice» the differences are smaller and concern 40 percentage points. In the case of the divorce evaluation faith and religious practices correspond with each other having similar values; therefore, the smaller the ritual activity of the examined youth, the more common the liberal attitude to divorce (it refers to nearly two fifths in the group of regular practitioners and to over 90 % of non-practitioners). There is also a visible linear decrease in moral rigorism in the context of marital infidelity – the differences between regular practitioners and non-practitioners amount to over 20 percentage points (91.3 % and 69.8 % respectively). The decline in the level of participation in religious worship favours an almost fivefold decrease in orthodoxy in the evaluation of abortion (while 58 % systematic practitioners evaluate it in accordance with the Church teaching, the number of non-practitioners amounts to merely 12 %). The acceptability of pregnancy termination increases with young people drifting apart from religious practices¹.

The attitudes of students to selected norms of marital and family morals in the context of dynamic research. An interesting aspect of the discussed subject matter is connected with the possibility of studying both the continuity and the change in students' opinions in 1988, 1999, 2005 and 2017, seen from the perspective of dynamic research².

¹ Non-practitioners express such opinions seven times more often than those regularly participating in the Holy Mass on Sundays and religious holidays, and non-religious people present such views nine times more often.

² The first survey was conducted at the end of the 1980s, the «eve of «the systemic transformation in Poland, the second 11 years later (on the threshold of the second millennium), the third after six years – in the context of important social events (death of Pope John Paul II and a year earlier – Poland's

Table 1

Evaluation of sexual relation before the church wedding in the years 1988, 1999, 2005 and 2017 (in per cent)

Year of research	Categories					
	Total	acceptable	it depends	unacceptable	hard to say	no answer
1988 (N=350)	100.0	41,7	22,0	22.3	10,6	3,4
1999 (N=523)	100.0	64,2	13,4	13.0	6,7	2,7
2005 (N=1086)	100.0	63,9	16,8	8.1	5,2	6,1
2017 (N=794)	100.0	67,3	15,1	8.6	5,8	3,3

Source: Department of Sociology of Religion, UKSW and Institute of Statistics of the Catholic Church SAC. The data analysis reveals the progressivity of students' moral liberalism visible in the evaluation of pre-marital life [Table 1], the largest qualitative leap, however, (more than 20 percentage points) accompanied the entry of Polish society into the political and economic transformation. It had significant consequences in all spheres of public and private life of Poles, especially in the area of religious, moral and customs-related orientations of young people, who were more willing to adopt the ideology of consumerism than other social groups. At the end of 1980s evaluating the premarital sex against a broader background or the recognition of its unacceptability were most common, and the subsequent weakening of rigorism (especially over the last 12 years) occurred at a slower pace, taking a more stable form. Currently, two thirds of students accept disobeying religious norms regarding sexuality, but the percentage of respondents who relate such an attitude to an emotional bond between partners or its absence remains relatively high [cf. 21]. The number of people (every eleventh respondent) opposed to liberal tendencies has also remained the same, which may mean that the secularization trend has stopped.

Table 2

Evaluation of the use of contraceptives in 1988, 1999, 2005 and 2017 (in per cent)

Rok badań	Kategorie					
	ogółem	dopuszczalne	to zależy	niedopuszczalne	trudno powiedzieć	brak odpowiedzi
1988 (N=350)	100,0	46,0	26,6	16,6	6,9	4,0
1999 (N=523)	100,0	74,0	11,3	7,1	5,5	2,1
2005 (N=1086)	100,0	65,3	13,2	5,9	5,1	10,6
2017 (N=794)	100,0	71,8	15,5	4,7	3,8	4,3

Source: Department of Sociology of Religion, UKSW and Institute of Statistics of the Catholic Church SAC. Looking at the figures expressing the evaluation of the use of contraceptives in the context of dynamic studies one can observe the increase in the percentage of academic youth expressing their approval [Table 2]. The dynamics of this phenomenon, although more pronounced than in the evaluation of pre-marital sex, took the form of a

entry into the EU), and finally the last – after 12 years (in the conditions of political conservatism, economic strengthening of Poland and the revival of the national type of citizenship).

quantum-leap increase during the first decade of the transformation period. While at the end of the 1980s almost every second student accepted the use of contraceptives, a decade later the approval was expressed by as many as near three quarters of the respondents. Although in the year of Pope John Paul II's death the number of such declarations decreased, the percentage of adolescents evading the answer surprisingly increased (to 10 %), which may be related to the effect of cultural inadequacy (of a normative nature). Currently, two-thirds of students are in favour of moral liberalism as far as the broadly understood contraception is concerned. Over the period of nearly 30 years the percentage of orthodox indications decreased almost four times, which can be related to a stronger secularization trend in this area, the individualization of young people's reaction to the growing choice of birth control measures and the extended period preceding the independent marital and family life.

Table 3

Divorce evaluation in 1988, 1999, 2005 and 2017 (in per cent)

Year	Categories					
	Total	acceptable	it depends	unacceptable	hard to say	no answer
1988 (N=350)	100,0	22,6	50,0	19,4	3,4	4,6
1999 (N=523)	100,0	36,5	39,0	16,8	5,4	2,3
2005 (N=1086)	100,0	25,0	43,0	14,6	7,4	9,9
2017 (N=794)	100,0	29,1	47,0	14,1	6,3	3,5

Source: Department of Sociology of Religion, UKSW and Institute of Statistics of the Catholic Church SAC. As in the case of other forms of intimacy, the attitude of students to the dissolubility of marriage – from the late 1980s – was also subject to certain changes (Table 3). The 1980s saw the lowest number of respondents in favour of divorce (over one fifth), the highest number of people (almost 20 %) considered this phenomenon unacceptable, but at the same time half of the students approved of the situational morality. A significant increase in the responses expressing the acceptability of divorce was observed at the end of the 1990s, which can be related to the expansive phase of Polish transformation, inspired by and also «copying» consumer and individualistic patterns of lifestyle in Western societies. Six years later, however, only every fourth respondent accepted the dissolubility of marriage, the indicator of moral rigorism (shared by every seventh respondent)¹ leveled off for the next decade. The recent studies have shown a slight increase – up to nearly 30 % – of divorce supporters (by four percentage points compared to 2005), as in the case of opinions that relate this to life situations (up to 47 %).

¹ In 2005 (the last of John Paul II's pontificate) the percentage of no reply responses was the highest in the fourth surveys (every tenth respondent gave no answer), which can be referred to the so-called interviewer effect.

Table 4

Evaluation of marital infidelity in 1988, 1999, 2005 and 2017 (in per cent)

Year	Categories					
	Total	acceptable	it depends	unacceptable	hard to say	no answer
1988 (N=350)	100,0	1,7	23,1	62,9	8,3	4,0
1999 (N=523)	100,0	7,6	24,3	60,0	5,2	2,9
2005 (N=1086)	100,0	2,7	13,9	71,4	2,9	9,1
2017 (N=794)	100,0	3,7	9,7	80,0	3,4	3,3

Source: Department of Sociology of Religion, UKSW and Institute of Statistics of the Catholic Church SAC. It is also worth taking a look at the results of research on marital infidelity carried out at various times starting from the late 1980s. The most characteristic feature is the increase in moral rigorism from the beginning of the 21st century – in 1988 and 1999 these indicators were similar and oscillated around 60 % of responses, in 2005 a critical attitude to marital infidelity was expressed by two thirds of the respondents, and in 2017 it reached the sociological threshold of behaviour, defined as «cultural obviousness» (Table 4). It can therefore be assumed that the orientations of a vast majority of students, regardless of the adopted ideology – religious or secular – have shifted towards conservative, though presentistically understood, values of a personal and communal character. They are treated as the basis for a permanent relationship (primarily marital), an important determinant of the meaning of life and (in a broader context) of social order [cf. 22, pp. 112–128]. Despite the clash of various competitive axiological options, a permissive point of view based on egoistic self-realization, such as «together, apart», finds few supporters [23, pp. 15–32]. This does not mean, however, that in the community of students there is a consensus of views on intimate norms or that the most profound content of the teaching of religious institution is properly interpreted.

Table 5

Evaluation of termination of pregnancy in 1988, 1999, 2005 and 2017 (in per cent)

Year	Kategorie					
	Total	acceptable	it depends	unacceptable	hard to say	no answer
1988 (N=350)	100,0	6,0	29,7	59,1	1,7	3,4
1999 (N=523)	100,0	15,1	33,1	40,7	8,8	2,3
2005 (N=1086)	100,0	11,2	33,0	42,2	4,3	9,3
2017 (N=794)	100,0	17,0	40,1	31,9	7,2	3,9

Source: Department of Sociology of Religion, UKSW and Institute of Statistics of the Catholic Church SAC. A comparison of the dynamic research results of the pregnancy termination evaluation broadens sociological knowledge with respect to the possible application of the secularization paradigm, which is particularly evident in the border dates of 1988 and 2017. During this period there was almost threefold increase in the indications regarding the acceptability of pregnancy termination, and the conditional declarations increased by 10 percentage points [Table 5]. At the same time, the percentage of respondents who considered abortion as an unacceptable act putting into question the dignity of human life decreased twice. In the years 1999–2005 there was a slight regress in the area of moral liberalism, which can be attributed to the last period of John Paul II's pontificate and attempts to shape the JP2 generation, focussed on the papal teaching, including the theology of the body [24].

Final comments. What direction does contemporary youth head? Is it towards individualized and unstable adaptation to the conditions determined by the transmissional cfigurativeness of the generation of parents described by Margaret Mead [25], or rather towards the conflict of generations? «Is it towards the increased arrogance of the extremists surrounding the increasingly distressed and sloppy center? Or maybe towards the supra-generational agreement that our world, known for double-dealing as a basic tool of survival and buying hope cannot be maintained any longer and or maybe towards an agreement (postponed for so long that it seems outrageous) about the need for renewal?» [26]. Citizens deprived of their share in the community are transforming themselves into consumers who treat the world as a «pasture and playground», focused on seeking their own well-being, and thus adopting a different hierarchy of values with regard to matters that human life is composed of [27; 28; 29]. Does this concern the moral sphere, including the relation to human life, those areas of intimacy that include sexuality and procreation? According to Wojciech Burszta, we live in interregnum times, and traditional patterns of social life give way to alternative ideas how to organize a collective existence in a manner regulated by standards, but not limiting the autonomy of individuals. This provides background for disputes called «culture wars», whose range and impact are not always realized [30].

Research conducted in the student environment confirms the thesis that morals based on absolute values and unquestionable principles referring to the authority of religion are subject to significant changes [cf. 31]. On the one hand, we deal with the individualization and subjectivization of moral content in the convention «together, apart» [32], and on the other – with the revitalization of «good» and «evil» categories by framing them into individual responsibility, less often an experience connected with a religious community. Attitudes of young people, men and women, are increasingly varied, so it is difficult to indicate unambiguous trends referring to traditional concepts of secularization and, to a lesser extent, desecularization. In the analyzed cases an increase in student moral liberalism could be observed, especially in the 1990s (in the first phase of transformation). A slight reduction of this trend was observed in the middle of the first decade of the 21st century, which can be related to the influence of the teaching of John Paul II present in the Polish public space, symbolically intensified after his death. Interestingly, marital infidelity is the only behavior which violating religious normative legitimacy is widely disapproved by students. However, is this evaluation still motivated by religion or rather by reference to some form of sacredness such as an intimate bond with another person, closeness

and mutual devotion, independent of the duration of the sacramental relationship? Ethics assumes as Emmanuel Levinas suggests, «disrupting self-satisfaction with being» [33, p. 10–11], which in practice means a kind of unwanted loneliness combined with the fact that in the final analysis we have only ourselves to rely on. The question whether this uncertainty preceding making a choice is «the only land on which morality can germinate and flourish» [34, p. 53]. It remains important for every generation, especially for young people making an effort to exist in a world of fragile social bonds and a deficit of trust.

REFERENCES

1. *Mariański J.* Sociology of morality [in Polish] / J. Mariański. – Lublin : Zakład Wydawniczy KUL, 2006a.
2. *Mariański J.* Society and morality. Studies in Catholic social science and sociology of morality [in Polish] / J. Mariański. – Tarnów : Wydawnictwo Biblos, 2008b.
3. *Eliade M.* Sacrum and profanum. On the essence of religiosity [in Polish] / M. Eliade. – Warszawa: Wydawnictwo KR, 1999.
4. *Giddens A.* Transformations of intimacy. Sexuality, love and eroticism in contemporary societies [in Polish] / A. Giddens. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.
5. *Bauman Z.* Post-modern ethics [in Polish] / Z. Bauman. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 1996.
6. *Pollack D., Müller O., Pickel G.* (eds.), The social significance of religion in the enlarged Europe: Secularization, individualization and pluralization / D. Pollack, O. Müller, G. Pickel. – Farnham / Burlington : Ashgate, 2012.
7. *Beck U., Giddens A., Lash S.*, Reflective modernization. Politics, tradition and aesthetics in the social order of modernity / U. Beck, A. Giddens, S. Lash. – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.
8. *Wójtowicz A.*, Contemporary sociology of religion. Ideas, assumptions, programmes [in Polish] / A. Wójtowicz. – Tyczyn : Wydawnictwo WSS-G, 2004.
9. *Mariański J.* Moral crisis or transformation of values. Sociological study [in Polish] / J. Mariański. – Lublin : TN KUL: 2001.
10. *Mariański J.* Religiosity of Polish society in a European perspective. An attempt at sociological synthesis [in Polish] / J. Mariański. – Kraków : Zakład Wydawniczy «NOMOS», 2004.
11. *Mariański J.* The Religiosity of Polish society from the perspective of secularized Europe, In: I. Borowik (ed.), Religions, Churches and Religiosity in Post-Communist Europe / J. Mariański. – Kraków : Zakład Wydawniczy «NOMOS», 2006b. P–81–91.
12. *Trzebiatowska M. and Bruce S.* Why are woman more religious than men? / M. Trzebiatowska, S. Bruce. – Oxford : Oxford University Press, 2012.
13. *Mariański J.* Emigration from the Church. Religiosity of Polish youth in the conditions of social change [in Polish] / J. Mariański. – Lublin : Wydawnictwo KUL, 2008a.
14. *Mariański J.* Marriage and family in the consciousness of senior secondary school leavers – stability and change [in Polish] / J. Mariański. – Toruń : Wydawnictwo Adam Marszałek, 2012.
15. *Zarzecki M.* Religion.pl – the religiosity of students in Web.2.0. paradigm [in Polish], In: S. H. Zaręba, M. Zarzecki (eds.), Between construction and deconstruction of the universe significances. The researches of students religiosity in 1988-1998-2005-2017 years / M. Zarzecki. – Warszawa : Kontrast, 2018 [in printing].

16. *Trubiłowicz E.* Students and their world – from martial law to the European Union [in Polish] / E. Trubiłowicz. – Lublin, Wydawnictwo KUL : 2006.
17. *Giza A., Sikorska M.* (eds.) Contemporary Polish society [in Polish] / A. Giza, M. Sikorska – Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012.
18. *Catechism of the Catholic Church (CCC)* [in Polish], Poznań-Warsaw: Pallottinum, 1994.
19. Abortion in Poland – current legal status. When is abortion in Poland legal? http://www.mjakmama24.pl/rodzice/macierzynstwo/aborcja-w-polsce-aktualny-stand-prawny-kiedy-aborcja-jest-legalna,566_9208.html, 2016 [in Polish, accessed: 19/12/2016]
20. *Zaręba S. H.* Heading towards what kind of religiosity? Studies on Catholicism of Polish youth [in Polish] / S. H. Zaręba. – Warszawa : Zakład Wydawnictw Statystycznych, 2008.
21. Youth 2016. Report from the study financed by the National Bureau for Counteracting Drug Addiction, Warszawa: CBOS, 2016.
22. *Więckiewicz B.* Marriage as a value and life purpose in the opinion of academic youth [in Polish] / B. Więckiewicz // Społeczeństwo i Rodzina. – 2016. – No. 48 (3). P. 112–128.
23. *Baniak J.* Faithful love and marital infidelity in the evaluation of senior secondary and university students [in Polish] / Józef Baniak // University Sociological Journal. – 2017. – No. 18 (1). P. 15–32.
24. *Szawiel T.* (ed.) Generation JP2. Past and future of the religious phenomenon [in Polish] / T. Szawiel. – Warszawa : Scholar 2008.
25. *Mead M.* Culture and identity. Study of generational distance [in Polish] / M. Mead – Warszawa : Zakład Wydawniczy PWN, 2000.
26. *Bauman Z.* On the generation of outcasts [in Polish], transl. Emilia Oksentowicz, Konrad Majo r / Z. Bauman (the text appeared originally in the «Social Europe Journal»), 2011.
27. *Bauman Z.*, Morality in an unstable world [in Polish] / Z. Bauman. – Poznań : Księgarnia św. Wojciecha, 2006.
28. *Bauman Z.* Liquid life [in Polish] / Z. Bauman. – Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2007a.
29. *Sroczyńska M.*, «Living a life to shred» as a challenge for the modern family (reflections of a sociologist) [in Polish] / Maria Sroczyńska // University Journal of Sociology – 2017. – No18 (1). P. 7–13.
30. *Burszta W. J.* Anchors of certainty. Cultural wars with pop-nationalism in the background [in Polish] / W.Burszta. – Warszawa : Wydawnictwo Iskry, 2013.
31. *Taylor C.* A Secular Age / C. Tylor. – Harvard: M.A.Harvard University Press, 2007.
32. *Bauman Z.* Together, Apart [in Polish] / Z. Bauman. – Kraków : Wydawnictwo Literackie, 2003.
33. *Levinas E.* Ethics and Infinity: Conversations with Philippe Nemo / E .Levinas – Pittsburgh : Duquesne University Press, 1985.
34. *Bauman Z.* Chances of ethics in a globalized Word [in Polish] / Z. Bauman – Kraków : Wydawnictwo Znak, 2007b.

НОРМАТИВНИЙ ВИМІР ІНТИМНОСТІ ШЛЮБНО-СІМЕЙНИХ ВІДНОСИН В ОЦІНКАХ ПОЛЬСЬКИХ СТУДЕНТІВ

М. Срочинська

*Варшавський університет імені кардинала Стефана Вишинського, Інститут соціології,
вул. Войцицького, 1/3, буд. 23, 01-938 Варшава, Польща,
mariasroczynska@wp.pl*

У статті розглянуто проблему ставлення польських студентів до нормативного виміру інтимності шлюбно-сімейних відносин. Дослідження охоплює п'ять блоків: статеві відносини до шлюбу, використання контрацепції, подружня зрада, розірвання шлюбу та переривання вагітності. Опитування проводили у 2017 році серед польських студентів. Його результати порівнювали з результатами аналогічних досліджень, проведених серед академічної молоді, розпочинаючи з кінця 1980-х років. Показано, що мораль шлюбно-сімейних відносин, побудована на основі цінностей і принципів відповідно до авторитету римсько-католицької церкви, зазнає суттєвих змін. З одного боку, ми маємо справу з індивідуалізацією та суб'єктивізацією змісту інтимного життя, а з іншого – з оновленням моральних категорій, котрі значною мірою пов'язуються з особистісною відповідальністю і менше – з релігією. Відтак важливим дослідницьким завданням залишається порівняльний аналіз моральних оцінок студентів як представників інших суспільств та релігійних культур, в т. ч. сформованих на основі православної віросповідання.

Ключові слова: інтимність подружньо-родинна, польські студенти, моральна оцінка, релігійні норми.

ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

УДК (316.454.3, 316.642, 316.752) <http://dx.doi.org/10.30970/vso.2017.11.11>

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ІДЕОЛОГІЧНИХ УЯВЛЕНЬ У МАСОВІЙ СВІДОМОСТІ НА ПРИКЛАДІ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ГАСЕЛ ЄВРОМАЙДАНУ

Є. В. Білоус

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Ломоносова, 43, м. Київ, Україна, 03022,
evgenii.bilous@gmail.com*

У статті продемонстровано потенціал методу контент-аналізу для вирішення завдання ідентифікації ідеологічних уявлень у масовій свідомості. Цей концепт пропонуємо використовувати на заміну поняття «повсякденні ідеології» для позначення сукупності поглядів окремих осіб на соціально значимі цінності оціночного змісту, що є підставою для групування людей, котрі їх поділяють і спрямовуються на спільні дії. Для дослідження саме таких ідеологічних уявлень було обрано гасла періоду «Євромайдану», так як саме вони є гарним прикладом формалізованих проявів масової свідомості ідеологічного змісту. Категоріями контент-аналізу виступили загальні відомості про кожне гасло, об'єкти гасла, членство, цілі гасла, проголошені цінності. За результатами проведеного контент-аналізу з'ясовано, що ідеологічні уявлення, як і соціальна установка, має трьохкомпонентну структуру. Встановлено, що когнітивний компонент розкривається у з'ясуванні об'єктів та тематики гасел, афективний компонент прослідковується через емоційну оцінку об'єктів та тем, а конотативний компонент – у цілях, проголошених у гаслах. Крім цього, було досліджено додаткові аспекти ідеологічних уявлень: самоідентифікацію, темпоральність та цінності. Що стосується самоідентифікації, то з'ясовано, що ідеологічна ідентифікація лише мінімально присутня в гаслах. Темпоральність гасел дозволяє зрозуміти акцентуацію їх авторів на минулому, теперішньому чи майбутньому. Аналіз цінностей, присутніх в гаслах, дозволяє згрупувати їх у такі категорії, як соціальні цінності, політичні цінності та зовнішньополітичні цінності. Крім того, у статті здійснюється спроба перейти від теоретичного опису визначених категорій до пошуку зв'язку між ними. З цією метою було використано потенціал пакету netCoin в RStudio. Детально розглядається процедура статистичного аналізу категорій контент-аналізу за допомогою програмного забезпечення, що значно спрощує роботу з великими наборами даних та описуються не випадкові збіги категорій контент-аналітичного дослідження. Таким чином, стає зрозумілим, що контент-аналіз дозволяє не лише описати артикульовані ідеологічні уявлення, але й досліджувати їх структуру. Тим не менше, проблема емпіричної ідентифікації

ідеологічних уявлень повністю не вирішується. Подальшого розвитку потребують методи виявлення не артикульованих ідеологічних уявлень повсякденної свідомості. Результати цього дослідження опосередковано показали, що безпосереднє вимірювання таких уявлень (шляхом самоідентифікації) не вирішує проблему, тому перспективним є пошук методів латентного вимірювання неартикульованих ідеологічних уявлень.

Стаття буде цікавою для соціологів, політологів, філософів та інших зацікавлених в дослідженні особливостей функціонування ідеологічних уявлень у масовій свідомості засобами соціологічного дослідження.

Ключові слова: ідеологічні уявлення, масова свідомість, контент-аналіз, гасла Євромайдану.

У сучасному науковому дискурсі все частіше звертають увагу на те, що ідеологія не зводиться лише до концепцій окремих інтелектуалів, існує і так звана «повсякденна ідеологія», яка формується в процесі безпосередньої життєдіяльності і становить сукупність поглядів і уявлень, типових для широких мас населення [2]. Пропонується і дещо інший концепт для позначення соціального явища, яке включає єдність індивідуально-ідентифікаційного та соціально-практичного вимірів, – «ідеологічна повсякденність» [4]. У попередніх роботах автора для завдання дослідження соціокультурних чинників економічної модернізації було запропоновано альтернативний концепт, який враховує існуючі напрацювання – «масові ідеологічні уявлення» [3]. Носіями згаданих ідеологічних уявлень є окремі суб'єкти, які можна згрупувати у великі групи населення за критерієм спільно розділених уявлень. Відтак, будь-яка потенційна комунікація суб'єктів ідеологічних уявлень, якою б вона не була, беззаперечно містить елементи згаданих уявлень. Цією проблематикою займається Тен ван Дейк, який в якості суб'єктів комунікації розглядає маси [8]. Дослідник, розглядаючи особливості політичної комунікації зазначає, що ідеологічні та дискурсивні структури взаємодіють: «ідеології переважно виражаються та засвоюються через дискурс, тобто усну чи письмову комунікативну взаємодію» [8].

Найбільш яскравий приклад політичної комунікації мас у новітній українській історії – події Революції Гідності 2013–2014 років. Саме тоді учасники масових протестів прагнули донести «знизу» свої ідеї, переконання та прагнення до влади, політичних сил та до решти, незалучених в протест, громадян. Цей процес трансляції своїх ідеологічних уявлень виражався у потужній риториці учасників, яка знаходила свій опредмечений вихід у плакатах, постерах, графіті, гаслах, піснях, коломийках, анекдотах тощо. «Риторика українського спротиву» – таку підназву має збірка соціолінгвістичних есеїв Надії Трач – дослідниці, яка вивчала мову Євромайдану. Ця робота привертає нашу увагу, оскільки в ній зібрано багатий емпіричний матеріал: 824 гасла, 7 пісень та ряд ілюстрацій, згрупованих у 25 категорій, які репрезентують дискурс Майдану 2013–2014 років та постмайданівський період. Зосередимо увагу на гаслах, які цікаві тим, що виступають «мовним явищем, глибоко закоріненим в цінності та норми людських спільнот» [5, с. 15]. Так, Роберт Дентон вказує, що гасла: спрощують ідеологію групи, у такий спосіб полегшують її розуміння; наголошують на певній проблемі чи меседжі; привертають увагу, зацікавлюють і сприяють зростанню усвідомлення проблеми чи групи; залучають людей, агітують їх приєднатися до спільноти; надихають людей приєднатися до руху чи підтримати його, а також спонукають індивідів поширювати меседж групи;

творять потужну ідентифікацію, зміцнення зв'язків та солідарність; допомагають людям раціоналізувати дії, ставлення та переконання; закликають до конкретної дії; дискредитують владу та інших противників руху; поляризують позиції між владою та рухом; заново визначають опонента, чинять йому опір чи повалюють його [цит. в 5, с. 58].

Н. Трач вивчає гасла Євромайдану крізь призму їхнім «суспільних та мовних функцій, лексику, синтаксис, риторику, значення, комунікативну ситуацію, соціолінгвістичний зріз», тоді як нам цікаві гасла як прояв масової свідомості, тобто акцент здійснюємо на те, що гасла виступають засобом вираження ідей. Фактично, гасла є формалізованими змістовними ідеологічними уявленнями.

Гасла, незалежно від форми їх представлення (усна – у кричалках, скандуваннях; письмова – у графіті, плакатах; віртуальна – в опублікованих в інтернеті коментарях, демотиваторах, мемах), головню творились окремими учасниками Євромайдану, груп в Інтернеті (Страйк Плакат, Євромайдан тощо). Водночас, окремі гасла, зазначає Н. Трач, репрезентували певну політичну групу чи були «нав'язані згори», зі «сцени» політиками [5, с. 34]. Для нас ключовим є те, що більшість гасел все ж творилась безпосередніми учасниками, а серед тих, які були привнесені «зі сцени», збереглись і поширювались лише ті, зміст яких розділявся учасниками. На сьогодні не видається можливим розділити усі привнесені гасла від створених самими учасниками, тому треба враховувати це методологічне обмеження.

Для вирішення завдання ідентифікації ідеологічних уявлень у масовій свідомості на прикладі гасел Євромайдану вдамося до методу контент-аналізу. Цей метод є «якісно-кількісним методом вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» [1].

Проблема, на вирішення якої спрямовуємо метод, полягає в тому, що залишається неявним ідеологічний зміст повідомлень, які транслювались учасниками масових протестів періоду Євромайдану.

Метою є аналіз змісту та структури ідеологічних уявлень масової свідомості учасників Євромайдану.

Об'єктом цього контент-аналітичного дослідження виступає зміст гасел Євромайдану.

Предметом виступають ідеологічні уявлення масової свідомості учасників масових протестів 2013–2014 років.

Завдання:

- Обґрунтувати джерела, які використовуються для дослідження.
- Визначити категорії, які описують ідеологічні уявлення масової свідомості учасників масових протестів періоду 2013–2014 років.
- Визначити одиниці аналізу та одиниці рахунку, за допомогою яких буде вирішена поставлена мета.
- Скласти матрицю Осгуда для перевірки невинності співпадіння ознак.
- Простежити характер зв'язку між категоріями.

Обґрунтування джерел, що будуть використовуватись		Вид	Особливості
1. Що являє собою документ (його вид, форма)?	Основа класифікації [7] За статусом джерела	Неофіційне джерело	Передає світ уявленень, образ думок авторів; містять емоційний компонент. Більшою мірою присутній не виклад фактів, а їх інтерпретації. Достовірність нижча, ніж у офіційних документах.
	За мотивами створення	Неспровоковане джерело	Документ протоколює подію, що стосується предметної області дослідження; не залежить від волі дослідника.
	За носієм інформації	Письмовий документ (текст)	Містить смисловий компонент.
2. Який його контекст?	Документ створювався в період масових протестів 2013–2014 років та в пострайдаунівський період.		
3. Хто його автор?	Даний документ є «народною творчістю», однак автори окремих гасел – політики та громадські діячі		
4. Яка мета створення документа?	Документ створювався з метою висловлення ідей, вивільнення емоцій та з метою мобілізації інших учасників.		
5. Яка надійність документа?	Джерело неспровоковане автором дослідження, проте неофіційне – містить не стільки факти, скільки їх емоційну інтерпретацію, тому не є надійним.		
6. Яка достовірність зафіксованих у ньому даних?	Позиції, за якими оцінюється достовірність		Ступінь достовірності документа
	Статус документального джерела	Джерело є неофіційним за своїм статусом. Містить у більшій мірі не виклад фактів, а їх емоційну інтерпретацію.	
	Наявність процедур контролю	Процедури контролю відсутні.	
	Незначна кількість фактуальної інформації	Містить багатий емоційний компонент. У джерелі подається не суто фактуальна інформація, а авторська інтерпретація. Достовірність незначна.	
	Мотиви створення документів	Мотивом виступало бажання самовираження авторів, донесення своїх думок до переконань до влади, співгромадян та світу в цілому.	
	Умови створення документу	Документ не є достовірним	
		Частина документів створювалась безпосередньо на майдані, частина – була створена в межах організації (Страйк Плакат, Євромайдан), частина була перенесена з віртуального простору (з публічних площадок в інтернеті, де відбувалось обговорення подій).	
7. Яка суспільна дія, суспільний резонанс документа?	Документ викликав значний суспільний резонанс, виступив одною з форм протесту.		
8. Який фактичний зміст документа?	Документ висвітлює цінності, переконання та вимоги протестувальників.		
9. Які висновки можна зробити щодо автора документа?	Документ був створений колективом авторів, окремими авторами та організаціями.		

Для аналізу були відібрані усі гасла, представлені в збірці соціолінгвістичних есеїв «Разом – сила!»: риторика українського спротиву – всього 824 гасла. Авторка – Надія Трач – методом включеного спостереження на київському Євромайдані (хоча були додані гасла, які транслиувались на майданах інших міст та в постмайданний період) збирала досить потужний емпіричний матеріал, вторинний аналіз якого ми і здійснимо.

За Н. Костенко та В. Івановим [1] для концептуальної схеми контент-аналізу використовуємо модель «родового соціокультурного явища» комунікації. Основними компонентами процесу комунікації є суб'єкти взаємодії, значення, цінності та норми з приводу яких і завдяки яким взаємодія здійснюється, а також двигуни чи провідники, за допомогою яких ці значення об'єктивуються та соціалізуються. Враховуючи, що досліджуваний процес комунікації транслює ідеологічні уявлення, доповнимо означену схему запропонованими Тен ван Дейком категоріями, які описують структуру будь-якої ідеології – членство, активність, цілі, цінності та норми, позиція і взаємодія в групі та ресурси [9, с. 69–70]. Беручи до уваги, виділимо таку концептуальну модель:

Гасла загальні відомості: мова, часовий період, тема.

Об'єкти представники влади (В. Янукович, М. Азаров, Партія Регіонів), представники антимайдану, учасники майдану, армія, представники правоохоронних органів (Беркут, СБУ, прокуратура, міліція), жителі країни, Європейський Союз, Російська Федерація (Митний Союз), Україна.

Членство. Категорія «членство», на нашу думку, найкраще розкривається через ідентифікацію та самоідентифікацію. Якщо ідентифікація – це ототожнення, уподібнення з чимось (з певною соціальною групою, образом, архетипом), то самоідентифікація – ототожнення себе з чимось. Використаємо вже існуючу модель рівнів самоідентифікації, яка пов'язана із структурою свідомості, за словами автора запропонованої моделі [6]. Враховуючи те, що ідеологічні уявлення також пов'язані зі структурою свідомості, досить релевантним є представлення категорії «членство» як характеристики ідеологічних уявлень через модель самоідентифікації. Отож, беремо за основу модель М. Щербаківа, який виділяє такі рівні ідентифікації особистості: соціально-професійний, сімейно-клановий, національно-територіальний, релігійно-ідеологічний, еволюційно-видовий, статевий та духовний [6].

Цілі. В цю категорію увійшли такі субкатегорії, як: заклик на підтримку майдану; заохочення приєднатись до протестувальників; заклик поширювати інформацію про протести; раціоналізація, пояснення, легітимація дій протестувальників; делегітимація влади, дискредитація противників, висміювання; заклик до конкретної дії; героїзація; виправдання дій протестувальників; заклик до боротьби, обурення, бойкоту, висловлення емоцій (позитивних/ негативних); інформування; ідентифікація.

Цінності

Зовнішньополітичні орієнтації (Європейський Союз, Російська Федерація (Митний Союз);

Економічні цінності (модернізація, покращення комунальної сфери, тощо);

Політичні цінності (свобода, незалежність, демократія, дотримання законів, права);

Соціальні цінності та якість життя (екологія, добробут, гідність, совість, справедливість, рівність тощо).

Одиницею аналізу виступає окреме гасло, яке було зафіксовано на майдані в Києві чи іншому місті країни.

Одиницею рахунку виступає 1) поява категорії у гаслі та 2) інтенсивність появи категорії (для категорії «суб'єкти» та «темпоральність»).

Перейдемо до отриманих результатів. Аналізовані гасла періоду майдану 2013–2014 років здебільшого були виражені українською мовою – 71,3 % від усіх гасел. Майже у рівній кількості були представлені гасла російською та англійською мовами – 13,1 % та 10,2 % відповідно. Ще 3,6 % від усіх гасел були так званою «азірковою» – тобто специфічним суржиком, який є пародією на мовлення М. Азарова. Решта 1,7 % гасел були двомовними – переважно українсько-англійськими (1,3 %), що свідчить про їх направленість на зовнішніх реципієнтів та бажання продемонструвати зв'язок із ними.



Рис. 1. Мова гасел, %

Інший аспект – темпоральність гасел – важливий для нашого аналізу, так як уявлення про сьогодні, минуле і майбутнє, певний характер їх взаємовідносин, за словами І. Попової історично і соціально обумовлені, а специфіка сприйняття часу відноситься до однієї з особливостей повсякденності [2, с. 76]. В нашому дослідженні щодо часового періоду, темпоральності гасел встановлено, що більшість з них були спрямовані на сучасний період (60,8 %), на майбутнє орієнтовано трохи більше чверті гасел (29,4 %), на минуле – лише 1,1 %. Решта 8,7 % були артикульовані безвідносно конкретного часового періоду. Власне, цей результат цілком притаманний для перехідних суспільств, які, як писала І. Попова, посилаючись на польських дослідників [12], характеризуються презентизмом – життям сьогоднішнім днем.

Кожен із згаданих темпоральних вимірів був вжитий в тому чи іншому контексті – ми виокремили позитивний, негативний та нейтральний контексти.

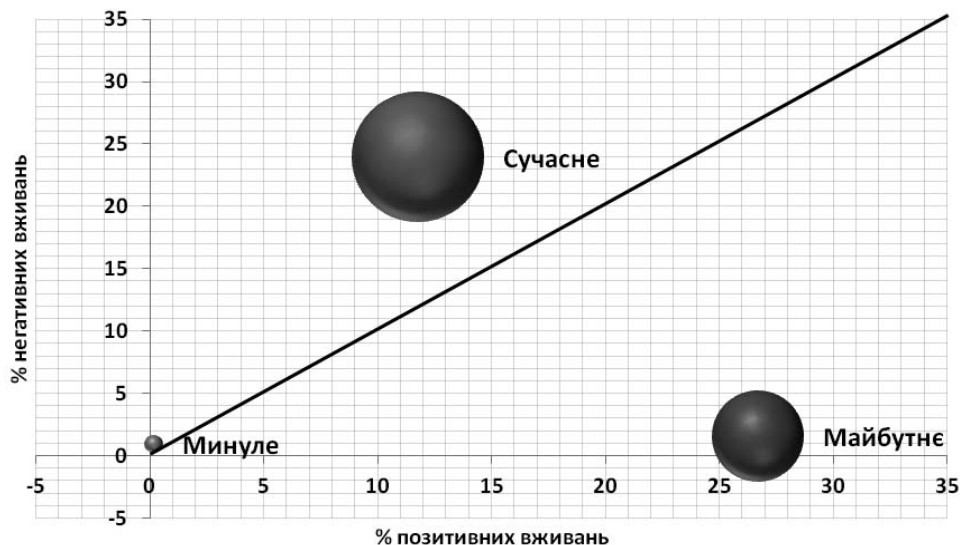


Рис. 2. Темпоральність гасел, %

Як бачимо на рисунку (площа бульбашки дорівнює частці згадувань категорії), сучасність у гаслах описується переважно в негативному контексті, тоді як майбутнє – в позитивному.

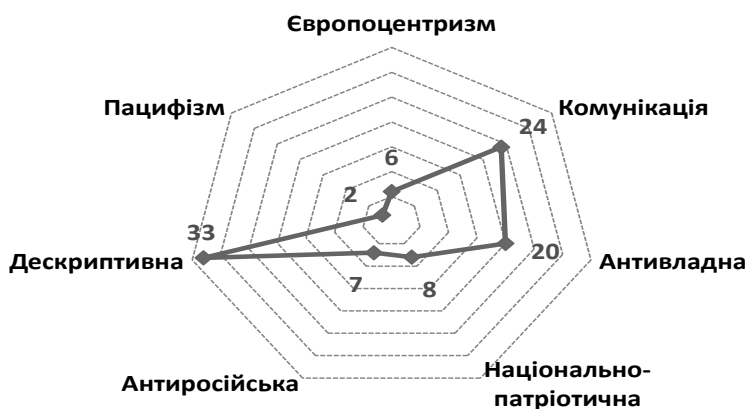


Рис. 3. Тематика гасел, %

Щодо тематики гасел, які були на Євромайдані 2013–2014 років, то третина з них були дескриптивними, тобто містили загальний опис (33 %), кожен четвертий мав комунікативну тему (звернення), кожен п'ятий був спрямований проти влади.

Перейдемо до аналізу структури ідеологій, які транслиувались в гаслах. Для початку подивимось на об'єкти, які фігурували в гаслах – звернемо увагу на них самих, потім – на їхню оціночну характеристику.

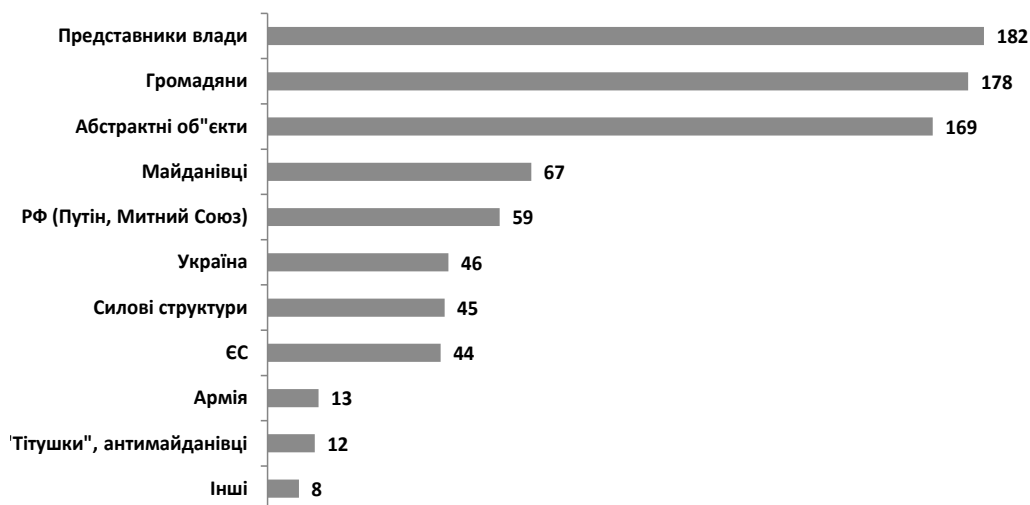


Рис. 4. Об'єкти гасел, абсолютні частоти

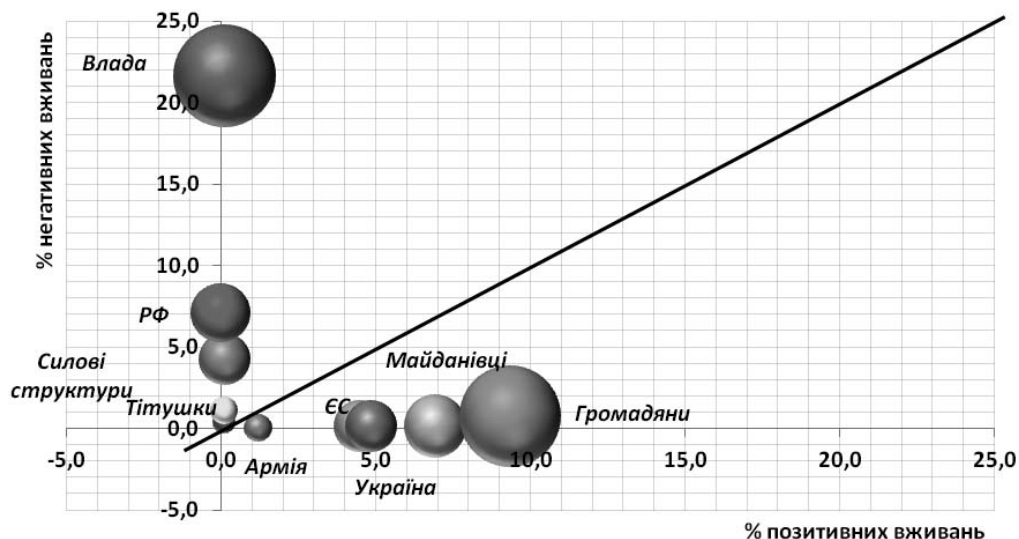


Рис. 5. Оцінка об'єктів, висловлена в гаслах, %

Майже однаковою мірою в гаслах фігурують представники влади (переважно В. Янукович) та громадяни України – 22,1 % та 21,6 % відповідно. Дещо в меншій кількості (20,5%) гасла взагалі не містили звернення до того чи іншого об'єкта.

На графіку площа бульбашок дорівнює частці згадувань категорії (масштаб 75 %), розташування вздовж осі X вказує на вживання категорії в позитивному контексті, вздовж осі Y – на вживання в негативному контексті.

Отже, у гаслах позитивні оцінки надавали, найчастіше, громадянам країни, самим майданівцям, Україні та ЄС (фактично в однаковій мірі), а також армії (у тій частині гасел, які відносились до постмайданного періоду). Таких об'єктів, як влада (у переважній більшості випадків мова йшла про В. Януковича), РФ, силові структури та «тітушки» оцінювали в негативному ключі. Розташування категорій вздовж осей вказує на виключно однозначну оціночну характеристику вказаних об'єктів, що є цілком характерне для ідеологічних уявлень мас, зокрема тих, які були на Євромайданах.

Категорія «членство» досліджувалась через субкатегорії «рівні ідентифікації особистості». В результаті здійсненого аналізу ми виявили, що у третини (32 %) всіх гасел (які розглядаються) була присутня та чи інша ідентифікація (інших, зокрема – опонентів) чи самоідентифікація.

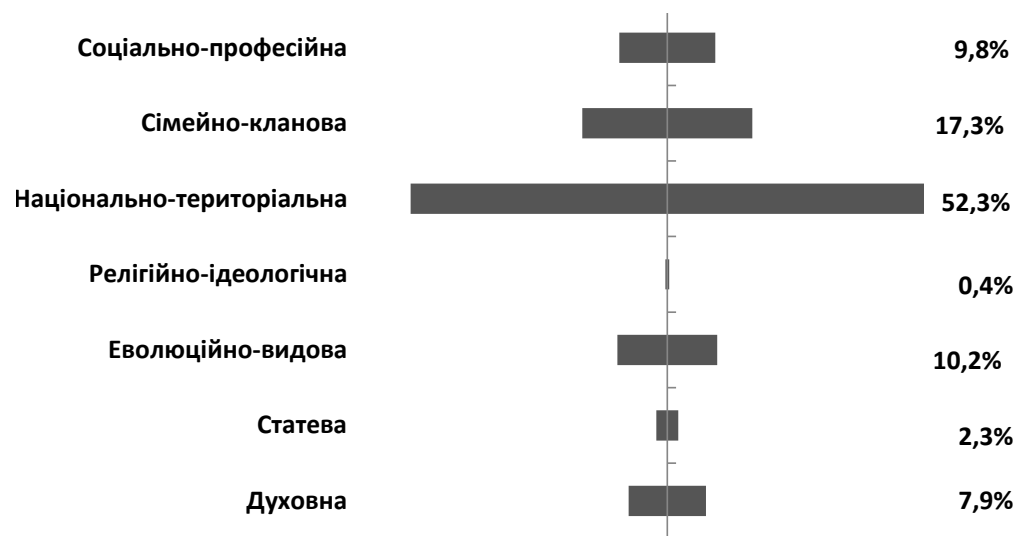


Рис. 6. Ідентифікація, представлена в гаслах, % серед усіх проявів ідентифікації, N=266

Найчастіше, у 52 % випадках була присутня національно територіальна ідентифікація (139 згадувань, серед яких у 70 % випадках була ідентифікація з країною чи нацією, у 22 % випадків – з містом та у 9 % випадків – з регіоном). На другому місці (17 %) – сімейно-кланова ідентифікація (автори гасел переважно ідентифікували через роль в сім'ї). Третє місце розділили еволюційно-видова ідентифікація (10,2 %) (найчастіше – через ідентифікацію «людина») та соціально-професійна ідентифікація (9,8 %) (зга-

дуються соціальні статуси, професії тощо). У 7,9 % випадках була помітна духовна ідентифікація – зокрема, через звернення до вищих сил з проханнями, молитвами тощо. Лише у 2,3 % випадків була статева самоідентифікація, а от ідеологічна – лише у 0,4 % випадків, що підкреслює те, що маси не мислять в категоріях «офіційних» ідеологій, не ототожнюють себе в переважній більшості випадків з тим чи іншим ідейним рухом.

Категорія «цілі» виявилась дещо більш наповненою, ніж інші категорії, зокрема через те, що подекуди одне гасло могло мати кілька цілей водночас. Таким чином, було визначено 859 одиниць, які наповнили дану категорію. Серед цілей, які проголошувались в лозунгах, найчастіше звучали заклики до конкретної дії (люстрації, самоусунення від влади тощо) – 20,3 %, гасла із дискредитацією, висміюванням політичних опонентів – 16,5 %, а також висловлення емоцій (13,3 %) – у 60 % позитивних (гордість, гумор, іронія тощо).

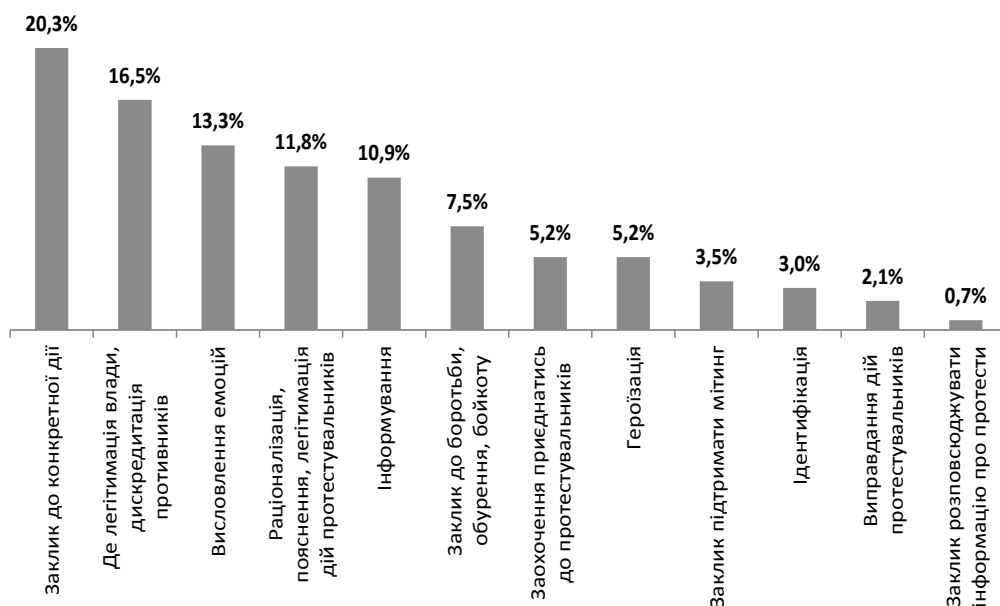


Рис. 7. Цілі гасел, %, N=859

Наступна категорія – цінності – була визначена для 57 % гасел (470). Серед представлених субкатегорій виявились: соціальні цінності та якість життя – 54,7 %, політичні цінності – 25,1 %, зовнішньополітичні орієнтації – 20,2 %.

Серед основних соціальних цінностей, які були представлені в гаслах, – єдність, мораль, гідність, любов та справедливість. Менш поширеними були цінності, які стосувались реформ в певних сферах, зокрема, загальної модернізації (4,3 %), міліції (3,1 %), економіки (2,7 %), екології (1,6 %), судової системи (0,8 %) та сфери охорони здоров'я (0,4 %). Окремо виокремимо антимілітаристські гасла – таких було 3,9 % серед усіх гасел соціальної спрямованості.

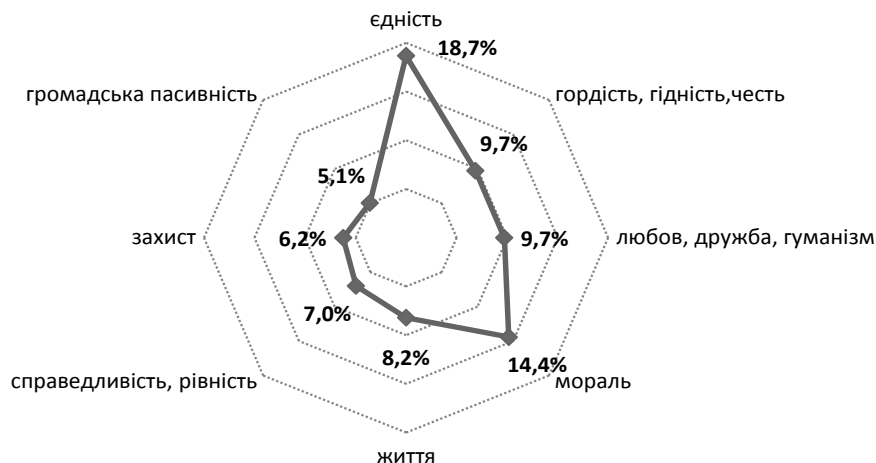


Рис. 8. Ключові соціальні цінності в гаслах (>5%), N=470

Якщо розглядати політичні цінності, представлені в гаслах (див. табл.1), то бачимо, що усі вони можуть скласти бінарну пару «диктатура – демократія». Зокрема, цінності свобода, воля, верховенство права та незалежність входять у групу «демократія», а корупція та диктатура – в їхню опозицію.

Таблиця 1

Політичні цінності, виражені в гаслах, безвідносно до їхнім оціночних характеристик, N=119

Субкатегорія	Частота	Відносна частота
Свобода, воля	43	36,1 %
Диктатура	30	25,2 %
Демократія	21	17,6 %
Корупція	11	9,2 %
Верховенства права	11	9,2 %
Незалежність	3	2,5 %

Що стосується зовнішньополітичних орієнтацій, то переважна більшість гасел (див. табл. 2) була орієнтована на Європейський Союз (власне, це є очевидним, враховуючи сам привід масових протестів того часу).

Таблиця 2

Зовнішньополітичні орієнтації, виражені в гаслах, безвідносно до їхніх оціночних характеристик, N=95

Субкатегорія	Частота	Відносна частота
ЄС	63	66,3 %
Росія	24	25,3 %
Світ	4	4,2 %
Митний Союз	4	4,2 %

Для вирішення завдання перевірки невинності співпадіння ознак – категорій аналізу – було використано статистичну програму R [11]. Зокрема, для побудови матриці Осгуда вирішено скористатись пакетом netCoin [10], призначення якого – створення інтерактивних мережових співпадінь та який містить, серед інших, ті функції, що необхідні для вирішення нашого завдання: обрахунку відносних та умовних частот, функцію реального імовірного ступеня співпадіння, Z статистики.

Насамперед, підключаємо пакет readxl (для імпорту бази даних (base), яку ми створили в Excel) та netCoin (для створення матриці співпадіння ознак – електронний варіант матриці Осгуда).

```
library(readxl)
```

```
data <- read_excel(«~/R/ Content-analysis /example/base.xlsx»)
```

Імпортуємо вихідну базу та підготуємо її для подальшої роботи, конвертувавши ті стовпчики з даними, які були у форматі факторів (у нашому випадку – змінна «емоційна оцінка», яка була закодована наступним чином: 1 – «нейтральна», 2 – «негативна», 3 – «позитивна») у дихотомічні дані. Для конвертування вдамося до функції «dichotomize» пакету netCoin:

```
data <- dichotomize(data =base, variables = «емоційна оцінка»)
```

Власне, тепер ми можемо створити об'єкт співпадіння, який в оболонці R у пакеті netCoin являється списком з двома елементами: 1) кількість сценаріїв (\$n, у нашому випадку – n=824, за кількістю гасел) і 2) матриця збігів подій, основними діагональними фігурами яких є частота подій, а за межами цієї діагоналі – сукупні частоти цих подій (\$f).

C <- coin(data), з подальшим дослідженням цього об'єкта, зокрема – для виявлення фактичної та теоретичної частоти появи категорій:

```
z<-expectedList(C).
```

Остання команда створює датафрейм із стовпцями «source» (вихідна категорія), «target» (пов'язана категорія), «coincidences» (фактичні співпадіння), «expected» (очікувані співпадіння). Доповнимо цей датафрейм ще однією колонкою – «result», яка показуватиме різницю між фактичним та теоретичним (очікуваним) співпадінням категорій: z\$result<-z\$coincidences - z\$expected.

Посортувавши датафрейм z за спаданням по колонці z\$result можна подивитись, які категорії в колонках «source» та «target» невинково співпадають (див. табл. 3).

Таблиця 3

Топ-15 результатів – співпадінь субкатегорій та субсубкатегорій, представлених в гаслах Євромайдану

source	target	coincidences	expected	result
1	2	3	4	5
Проти влади (Партія Регіонів)	Делигітимація влади, дескредитація противників, висміювання	81	29,2	51,8
Європоцентризм	Європа	47	4,2	42,8
Комунікативна	Жителі країни	85	43,5	41,5
Патріотико-націоналістична	Національно-територіальна	39	8,5	30,5

Закінчення табл. 3

1	2	3	4	5
Патріотико-націоналістична	Україна	30	4,0	26,0
Заохочення приєднатись до спільноти протестувальників	Жителі країни	35	9,7	25,3
Комунікативна	Заохочення приєднатись до спільноти протестувальників	36	11,0	25,0
Сучасне	Висловлення емоцій	93	69,3	23,7
Майбутнє	Європа	42	18,4	23,6
Антиросійська. Антирадянська. Антипутінська	Делигітимація влади, дескредитація противників, висміювання	34	10,5	23,5
Майбутнє	Раціоналізація, пояснення, легітимація дій протестувальників	53	29,6	23,4
Комунікативна	Заклик до конкретної дії	65	42,3	22,7
Сучасне	Делигітимація влади, дескредитація противників, висміювання	109	86,3	22,7
Майбутнє	Заклик до конкретної дії	73	50,7	22,3
Героїзація	Учасники майдану	25	3,7	21,3

Бачимо, що не випадковими є співпадіння противладної тематики та делигітимація влади у змісті самого гасла, Європи – як вектору орієнтації на майбутнє, патріотико-націоналістична тематика та національно-територіальна самоідентифікація, антиросійська тематика та делигітимація влади і противників та інші (за допомогою функції «sim» та задання параметру для пошуку ступеня зв'язку між категоріями виявили максимальне значення зв'язку – 68%).

Висновки. Метод контент-аналізу цілком придатний для вирішення завдання ідентифікації ідеологічних уявлень у масовій свідомості у випадку, якщо ці уявлення знаходяться в опредмеченому вигляді, зокрема – в гаслах. Ідеологічні уявлення масової свідомості учасників масових протестів періоду 2013–2014 років можна згрупувати у такі загальні категорії, як: загальні відомості про кожне гасло, об'єкти гасла, членство, цілі гасла, проголошені цінності. Детальний розгляд кожної категорії та її складових субкатегорій дає змогу стверджувати, що ідеологічні уявлення мають когнітивний, емотивний та конотативний компоненти. Зокрема, у гаслі мова іде про певний об'єкт чи тему (усвідомлення об'єкта – як приклад – «представники влади»), дається йому емоційна оцінка («негативна») та проголошується поведінка по відношенню до нього («конкретні дії (усунення)»). Ознаки, які досліджувались, не випадкові – про це свідчить статистичний аналіз, реалізований за допомогою оболонки R. Встановлено, що противладна тематика (+антиросійська, антирадянська та антипутінська) пов'язана із метою «делигітимація», комунікативна – направлена, насамперед, на жителів країни, залик до

конкретної дії, патріотико-націоналістична – пов'язана із відповідною ідентифікацією. Найбільше висловлювали емоції стосовно сучасного періоду, майбутнє пов'язується із Європою, а учасників протестів – героїзували.

Крім цього, встановлено, що ідеологічна самоідентифікація лише мінімально присутня в гаслах (0,4 %) – таким чином, пряме вимірювання ідеологічних уявлень навряд чи дасть задовільні результати. Подальші дослідження треба провадити через непряме вимірювання ідеологічних уявлень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Костенко Н.* Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : монографія / Наталія Костенко, Валерій Іванов. – Київ : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.
2. *Попова И. М.* Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают. – Київ : Институт социологии НАН Украины, 2000. – 218 с.
3. Розвиток економічної модернізаційної ідеології. // НДР «Соціокультурний вимір модернізації економіки України (2-й етап: складові та механізми впливу на соціокультурні чинники економічної модернізації)»; за ред. О. Балакіревої. – Київ : Інституту економіки та прогнозування НАНУ, 2015.
4. *Сагалаева Е. С.* Идеология и повседневность в социально-философской рефлексии: к постановке проблемы. Историческая и социально-образовательная мысль. – Т. 6. – № 6, Ч. 1, 2014. – С. 299–302.
5. *Трач Н.* «Разом – сила!»: Риторика українського спротиву. Соціолінгвістичні есеї / Надія Трач. – Київ : Кліо ТОВ, 2015. – 144 с.
6. *Щербаков М.* Модель уровней самоидентификации личности [Электронный ресурс] / М. Щербаков. – Режим доступа: http://www.ipd.ru/articles/ident_article.shtml.
7. *Ядов В. А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В. А. Ядов. – 3-е изд., испр. – Москва : Омега-Л, 2007. – 567 с.
8. *Dijk T. A.* Ideology and discourse analysis / Teun A. van Dijk // Journal of political ideologies. – 2006. № 11 (2).
9. *Dijk T.* Ideology: A Multidisciplinary Approach / Teun A. van Dijk. SAGE Publications Ltd. – 1998. – 365 p.
10. Package 'netCoin' [Electronic resource] / M. Escobar, C. Prieto, D. Barrios, L. Martinez-Uribe // CRAN. – 2017. – Access mode : <https://cran.r-project.org/web/packages/netCoin/netCoin.pdf>.
11. R Core Team. R: A language and environment for statistical computing [Electronic resource] / R Core Team // R Foundation for Statistical Computing. – 2015. – Access mode : <http://www.R-project.org/>.
12. *Tarkowska E.* Uncertainty of the Future and Domination of Presentist Orientation: a New or Lasting. Phenomenon? / E. Tarkowska // Sisyphus Sociological Studies. 1989.

REFERENCES

1. Kostenko N., Ivanov V. (2003). Dosvid kontent-analizu: Modeli ta praktyky : Monografija [Content analysis experience: Models and practices: Monograph]. – K. : Centr vil'noi' presy. [in Ukrainian]

2. Popova I. M. (2000). Povsednevnye ideologii. Kak oni zhivut, menyayutsya i ischezayut. [Everyday ideology. How they live, change and disappear]. K.: Institut sotsiologii NAN Ukrainy. 218 p. [in Russian]
3. Rozvytok ekonomichnoi' modernizacijnoi' ideologii'. (2015) // NDR «Sociokul'turnyj vymir modernizacii' ekonomiky Ukrai'ny (2-j etap: skladovi ta mehanizmy vplyvu na sociokul'turni chynnyky ekonomichnoi' modernizacii')» za red. O. Balakirjevoi' [Development of economic modernization ideology]. – Kyiv: NASU Institute for Economics and Forecasting. [in Ukrainian]
4. Sagalaeva E. S. (2014). Ideologija i povsednevnost' v social'no-filosofskoj refleksii: k postanovke problemy. [Ideology and everyday life in the social philosophy reflecton: an approach to bringing forth an issue]. Historical and social educational ideas Tom 6 #6, Part 1. [in Russian]
5. Trach N. (2015) «Razom – syla!»: Rytoryka ukrai'ns'kogo sprotyvu. Sociolingvistychni eseї' [Together – Strength! «: Rhetoric of Ukrainian resistance. Sociolinguistic essays]. – K. : Klio TOV [in Ukrainian]
6. Shherbakov M. (2014) «Model of the levels of person selfidentification» *Institute for personal development* Accessed 13.04.2017 http://www.ipd.ru/articles/ident_article.shtml. [in Russian]
7. Jadov V. A. (2007). Strategija sociologicheskogo issledovanija. Opisanie,objasnenie, ponimanie social'noj real'nosti [Strategy of sociological research]. – Moskva : Omega-L [in Russian]
8. Dijk T. A. Ideology and discourse analysis / Teun A. van Dijk // *Journal of political ideologies*. – 2006. № 11 (2).
9. Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach / Teun A. van Dijk. SAGE Publications Ltd. 1998. 365 p.
10. Package 'netCoin' [Електронний ресурс] / M. Escobar, C. Prieto, D. Barrios, L. Martinez-Uribe // CRAN. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://cran.r-project.org/web/packages/netCoin/netCoin.pdf>.
11. R Core Team. R: A language and environment for statistical computing [Електронний ресурс] / R Core Team // R Foundation for Statistical Computing. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.R-project.org/>.
12. Tarkowska E. Uncertainty of the Future and Domination of Presentist Orientation: a New or Lasting. Phenomenon? / E. Tarkowska // *Sisyphus Sociological Studies*. 1989.

Стаття надійшла до редколегії 07.10.2017

Прийнята до друку 16.10.2017

IDENTIFICATION OF IDEOLOGICAL REPRESENTATION IN MASS CONSCIOUSNESS: CONTENT ANALYSIS OF EUROMAIDAN SLOGANS

Y. V. Bilous

*Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Lomonosova Str., 43, Kyiv, Ukraine, 03022,
evgenii.bilous@gmail.com*

The article demonstrates the potential of the method of content analysis to solve the problem of identifying ideological representations in mass consciousness. This concept is proposed to be used for replacing the concept of «everyday ideologies». Ideological representations of mass consciousness to denote the totality of views of individuals on socially significant values, which is the basis for grouping people who share them and direct them to joint actions. For the study of such ideological representations were chosen slogans of the period of «EuroMaydan». Slogans are good examples of formalized manifestations of mass consciousness with ideological content. The categories of content analysis were: general information about each slogan, the objects of the slogan, membership, goals of slogan and proclaimed values. According to the results of the content analysis, it was found that ideological representations, as social attitude, have a three component structure. It is established that the cognitive component of ideological representations is revealed in the clarification of objects and the topics of slogans; the affective component is followed by an emotional assessment of objects and topics, and a connotative component – in goals of slogans. In the article were explored other aspects of ideological representations: self-identification, temporality and values. It was found that ideological identification was minimally presented in slogans. The temporality of slogans allows us to understand the accentuation of their authors in the past, present or future. The analysis of the values allows us to group them into categories such as social values, political values and geopolitical values. In addition is proposed an attempt to switch from the theoretical description of the identified categories to find a link between them. For this purpose has been used the potential of a netCoin package in RStudio. It is spoken in detail a procedure for statistical analysis of categories of content analysis using software, which is greatly simplifies the work with large data sets. It is described in short search results of non-random coincidence categories of the content-analytical research. Thus, it becomes clear that content analysis allows not only to describe ideological representations which are expressed (in this case – in the documents), but also to explore their structure. Nevertheless, this problem of empirical identification of ideological representation is not solved. A further development requires methods of identifying ideological representations of everyday consciousness that are not articulated and not fixed yet (for example, in mind). The results of this study have shown that the direct measurement of such representations (through self-identification) does not solve the problem; therefore looking for the methods of latent measurement of ideological representations of everyday consciousness is promising.

The article will be interesting for sociologists, political scientists, philosophers and others, who interested in the study of the peculiarities of the functioning of ideological representations in the mass consciousness by methods of sociological research.

Key words: ideological representations, mass consciousness, content analysis, Euromaidan Slogans.

МОТИВИ УЧАСТІ ІНДИВІДІВ У ПРОТЕСТНИХ ПОДІЯХ МАЙДАНУ 2013–2014 РОКІВ

А. А. Прохорова

*Національний Університет Києво-Могілянська Академія,
вул. Г. Сковороди, 2, м. Київ, 04655, Україна,
anna_prokhorova@ukr.net*

Статтю присвячено дослідженню мотиваційного компоненту фреймінгу протестних подій на київському Майдані 2013–2014 років. Проаналізовано пул з 300 глибинних інтерв'ю, зібраних в перші півроку після означених подій. Виділено широкий спектр мотивів, що спонукали індивідів приєднатись до Майдану. Проаналізовано характер мотивів, тенденції змін основних стимулів до участі в протесті залежно від динаміки подій на Майдані та ролей, які індивіди виконували під час революції Гідності.

Ключові слова: Майдан, мотивація, фреймінг, глибинні інтерв'ю.

Революція Гідності, що відбулась на київському Майдані взимку 2013–2014 років – важлива частина новітньої історії України. Але політичні події після Майдану розвивались так динамічно і стрімко, що суспільна увага швидко переключилась на анексію Криму та початок військових дій у Донецькій та Луганській областях. Очевидно, що феномен Майдану так і не був достатньо проаналізований і відрефлексований. Особливо це стосується соціологічних інтерпретацій протесту, аналізу його символічних, соціокультурних компонентів – найбільш цікавого для соціолога аспекту аналізу соціального руху.

Аналіз фреймів (фремінгу) – підхід до розгляду соціальних рухів, запропонований дослідниками Девідом Сноу та Робертом Бенфордом в кінці 1980-х років, що дає змогу дослідити символічні компоненти протесту. Термін «фрейм» був запозичений з робіт Ірвіна Гофмана – автора драматургічного підходу в соціології, який розглядав фрейми як соціально конструйовані значення або схеми інтерпретації соціальної реальності, що дають можливість виокремлювати, сприймати, ідентифікувати та позначати конструкти [5; 10–11, 21]. Девід Сноу та Роберт Бенфорд, ґрунтуючись на ідеях Гофмана, констатували, що при аналізі соціальних рухів дослідники не звертають достатньої уваги на те, що суспільні невдоволення виникають саме через відмінні інтерпретації [6; 465–467]. А, отже, дослідження інтерпретацій учасників соціальних рухів соціокультурного контексту дасть змогу краще зрозуміти причини, характер та перебіг протестів. Крім того, Сноу та Бенфорд критикують прихильників психофункціональних підходів і теорії мобілізації ресурсів – основних парадигм аналізу суспільних рухів – у тому, що вони розглядають участь у протестах і революціях як статичний параметр і не приділяють уваги процесу, що пов'язує появу невдоволення у певного індивіда з його рішенням брати участь у протесті [6; 465–467].

Отже, аналіз фреймів соціального протесту дає змогу зафіксувати процес присвоєння значень, надання інтерпретації ситуаціям і подіям, що формують незадоволення, конфлікт і протестні настрої [4; 74]. Сноу та Бренфорд виділяють 3 компоненти фреймінгу: діагностичний (інтерпретація певної події, чи певного аспекту соціального життя, як проблемного та такого, що потребує змін), прогностичного (запропоноване вирішення цієї проблеми), мотиваційного (обґрунтування стимулів до колективної дії) [7; 199–204]. Зосередимо свою увагу на мотиваційному компоненті фреймінгу, розглянувши мотиви до участі в подіях Майдану.

Складно збагнути як один і той самий протест зміг об'єднати правих радикалів та лівих інтелектуалів; тих, хто цікавився політикою і тих, хто до Майдану навіть не знав про підписання угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом; тих, хто прагнув в Європу і тих, хто хотів відроджувати традиційні українські цінності; тих, хто до кінця був за мирний протест, тих, хто радикалізувався поступово і тих, хто з перших днів віддавав перевагу силовому сценарію вирішення конфлікту; тощо. У людей Майдану були дуже різні мотиви і цілі виходу на протест. Найбільш цікаво, з соціологічної точки зору, дослідити саме індивідуальні мотиви, що спонукали людей до активних дій.

Дані, зібрані Київським Міжнародним Інститутом Соціології та Фондом «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва, демонструють зміни в настроях майданівців загалом та в їхніх мотиваціях до участі в протесті зокрема [2; 1]. З огляду на ці дані соціологи ввели специфічні терміни «Майдан-мітинг», «Майдан-табір» та «Майдан-січ» [3], які надзвичайно влучно відображають ключові трансформації характеру протесту та протестних настроїв. Дослідники з'ясували, що найбільше протестувальників спонукали долучитись до протесту такі чинники як: жорстокі дії влади проти мітингувальників (61,3–69,6 % відповідей респондентів у різні періоди перебігу Майдану), відмова Віктора Януковича від підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом (40–53,5 % відповідей), прагнення змінити життя в Україні (36,2–51,1 % відповідей) та прагнення до зміни влади (38,9–45,6 % відповідей). Примітно, що перші два чинники з плином часу втрачали свою значимість (хоча жорстокі репресії проти учасників протесту лишилися основним стимулом до дій упродовж усього Майдану), а другі два, навпаки, її набували (прагнення до змін в Україні в лютневому опитуванні – другий за значимістю мотив до участі в протесті). Важливими стимулами також стали: згорання демократії, загроза диктатури та небезпека (13,7–17,5), що Україна вступатиме у Митний Союз і взагалі поверне до Росії (14,4–20,0). Останній мотив відчутно зріс з кінця грудня до початку лютого – з 14,4 % до 20 % відповідей респондентів. Менш характерним для протестувальників був мотив помсти, однак, кількість людей, які прагнули помститися владі, з початку грудня до початку лютого збільшилась майже вдвічі – з 5,2 % до 9,8 % відповідей опитаних [2; 1].

Наведені вище дані відображають загальний кількісний розподіл мотивів, що спонукали учасників Майдану долучитись до подій. Проте навіть найкраще репрезентативне опитування не може відобразити весь спектр можливих варіацій певного явища, чи події, весь спектр думок людей. У такому випадку доцільно також поглянути на результати якісного дослідження. Глибинні інтерв'ю з учасниками Майдану

дають змогу виявити ті когнітивні конструкти та інтерпретації, які лежать в основі мотиваційного компоненту фреймінгу протестного руху. Аналіз глибинних інтерв'ю спонукає не лише продемонструвати ширший спектр мотивів, які спонукали учасників Майдану до колективних дій, а й коректніше інтерпретувати ці мотиви. Адже в одному варіанті відповіді на питання кількісного опитування можуть міститись зовсім різні думки респондентів.

Отже, метою цієї статті є аналіз мотивів учасників протестних подій Майдану 2013–2014 років на якісному емпіричному матеріалі.

Дослідження проведене на матеріалі проекту «Майдан. Свідчення», організатори якого з кінця лютого до кінця липня 2014 року зробили близько 300 глибинних інтерв'ю з різними учасниками Майдану. Респондентів для розмов добирали методом «снігової кулі» з елементами методу «максимальної варіації». Детальніше про методологію проекту – в статті «Методологічні особливості дослідження особистих свідчень учасників Майдану 2013–2014 років методом напівструктурованого інтерв'ю» [4].

Переходячи до аналізу, зазначимо, що мотиви респондентів до участі в протесті змінювались відповідно до зміни контексту подій. Простежимо мотиви участі респондентів, починаючи від перших днів листопаду.

Першим стимулом, який необхідно назвати, є прагнення продемонструвати власну позицію щодо необхідності підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: *«для мене це спочатку був як би вияв громадської активності, непокори, до яких ти, якщо працюєш в громадському секторі, звичний»* (3). І, пов'язаний з цим, стимул – бажання змусити владу під моральним тиском з боку громадян таки підписати Угоду (42).

Багато респондентів, які виходили на Майдан в період з 21 до 29 листопада, говорили, що виходять за відновлення політичного курсу України в бік Європи, за Євроінтеграцію, за Європейські цінності. Проте, за свідченням одного з опитаних, ці гасла люди інтерпретували по-різному, і під цими загальними мотивами, часто малось на увазі щось інше, більш конкретне.

«Прийшов я на Майдан і почав розпитуватися людей, взагалі, якого біса вони туди вийшли, що вони мають на увазі під цією євроінтеграцією, що вони очікують від цих протестів і тому подібне. Ну і ще через 5–10 хвилин такої маєвтики люди доходили зазвичай до того, що вони вийшли через якісь соціально-економічні проблеми і що вони таким чином мають надію, що їх можна якось розв'язати...» (177).

І справді, серед тих, хто вийшов на Майдан за Євроінтеграцію, були і ті, хто хотіли такого рівня життя, як в Європі (інтерв'ю 29), і ті, хто прагнули європейської поваги до прав і свобод громадян, зокрема, до права вибору (інтерв'ю 77), і ті, хто просто бажали їздити в країні Європи без віз (інтерв'ю 19, 29).

Той самий респондент, який розпитував людей про їхні мотиви долучитись до протесту, звернув увагу на те, що багато з тих, хто долучився до мітингів у підтримку підписання угоди про євроінтеграцію, тієї угоди просто не читали і не знали, про що в ній ідеться: *«від трьох людей я щось більш-менш внявне і конкретне почув, а спілкувався, може, з сотнею чи щось у цьому стилі. Ну, всі ці, вони, коротше мантру повторювали, що от Європа, це ж так круто, курс на Європу нам всі проблеми повирішує»* (177). Але в інших свідченнях є згадки про те, що, опинившись так чи

інакше на Майдані, людина починала цікавитись політикою, стежити за новинами і розбиратись в суті конфлікту: *«После я прочитал в интернете часть ассоциации, решил разобраться, зачем это нам нужно, понял, что это правильное русло, куда нужно идти, и уже с этого времени выходил на майдан за идею»* (298).

Ще одна група мотивів, що підштовхнули людей до протесту, пов'язана з побоюваннями того, що альтернативою призупинення євроінтеграції стане політичний рух в бік Росії: *«...насправді, до сих пір Україна головною своєю задачею ставить відхід від впливу Москви. Відхід максимальний, тобто, в протилежний бік. Для того, щоби просто не залишатися в рабстві, скажем так»* (50); *«нездорова позиція – прагнути до минулого, та це й до гіршого. І Росія як напрямок розвитку, щоб у нас все стало так, як в Росії»* (29).

Хоча загальний дискурс протесту до 30 листопада не містив закликів до зміни влади, деякі учасники вже говорили, що тогочасна влада не може гарантувати дотримання політичного курсу, спрямованого на євроінтеграцію, а відтак, пропонували боротися за зміну влади: *«Стало зрозуміло, що асоціація з ЄС з Януковичем неможлива і ніякий розвиток держави з Януковичем, в принципі, неможливий. Його, абсолютно однозначно, треба було скидати і замінити владою, яка цю асоціацію підтримує»* (11).

На перших етапах багато людей виходили на заклик політиків. З перебігом подій, цей стимул втрачав свою масовість, проте залишався актуальним для частини населення: *«Яценюк сказав, що «куля в лоб», але треба всім вийти. Вже не збирався виходить, але так подумав, що якщо вже кажуть, то вийшов»* (5).

Люди долучались до протесту з цікавості, з солідарності з близькими та друзями: *«Раз там наш сын, мы должны быть тоже»* (69). Так вийшло багато студентів – спільно з друзями та колегами: *«позвонил мой староста, друг, и сказал, что сейчас собирается митинг, я тогда не интересовался политикой. вначале из любопытства. Мы просто стояли, я не был радикально настроенный, чисто был интерес»* (298). Більше того, людям було важливо, що ці події вони можуть розділити з близькими. Зустріч на Майдані стала ще одним приводом зустрітись в родинному колі чи колі друзів: *«Ми завжди своєю родиною ходили, з батьком, з мамою, з сестрою, з її чоловіком, тобто ми завжди так родиною підтримували цю ідею»* (140).

Як не дивно, вже на першому етапі – етапі Євромайдану, були такі люди, які вийшли у спротив владі й, навіть, у спротив насиллю. *«Вийшов з другом, той сказав, що б'ють – вдягли екіпіровку, пішли штовхатись»* (299) (йдеться про «штовханину» з правоохоронцями біля будівлі Кабінету Міністрів 24 листопада 2013 року).

Євроінтеграція як стимул вийти на протест була далеко не для всіх. Представники як лівих, так і правих поглядів, цієї ідеї не розділяли в повній мірі, але трансформували по-своєму: *«мій плакат був якраз «В Європу без ксенофобії»... наступне гасло для мене дуже важливо, це «проти поліцейської держави», навіть у нас був такий великий транспарант, банер такий... в нас має бути свобода мирних зібрань, свобода вираження власних поглядів»* (77).

Респондент, який був на Майдані з 21 листопада, але через робоче відрядження пропустив тиждень, на який випали дні 29 листопада – 1 грудня, так відповів на запитання інтерв'юера щодо того, чи була різниця в настроях на Майдані до та після відрядження респондента: *«Дуже серйозна різниця. Ми виходили за політичний вибір*

країни. А коли я повернувся, це був рух проти насильства та вимога покарати тих, хто пролив кров на Майдані. Дуже серйозна різниця, бо тут ми бачили, що долучилися абсолютно всі. І було дивно бачити, наскільки людям легко знайти спільну мову» (42).

Для більшості людей після 29 листопада основними стимулами стали: за дітей, проти побиття мирних громадян, проти насилля: «Це було настільки все дико, скажемо. Настільки неадекватна була реакція силових структур на цих дітей, що просто миритися з цим було неможливо» (50); «...це вже ясно Європа Європою, але коли стались події ночі з 29-го на 30-те, коли особисто моїх знайомих, з якими я вчився в одному університеті, пив пиво в одному університеті побили, я не міг лишатись осторонь. Вже була мета приїзду – цим мітингом показати, що ми не згодні з такою політикою тодішньої влади» (19); «Ну людей б'ють, наших б'ють. Жалко стало» (26). Багато респондентів ототожнювали людей, які були вночі біля Стели на київському Майдані Незалежності з самими собою, з власними дітьми, говорили, що виходили саме заради власних дітей і їхнього майбутнього в нашій державі: «А я чисто случайно, значить, телевизор посмотрел, увидел, как наших детей избивали... Это было ужасно! Это же дети! Там могли быть и мои и ваши... И поэтому поднялись, приехали сюда... За своих детей...» (31).

З цього моменту стимулами для прояву своєї громадянської позиції стали такі чинники, як: безкарність винних, свавілля влади, недотримання владою прав громадян; люди вийшли за відставку президента, за відставку влади, проти надмірного застосування сили правоохоронцями, проти беззаконня суддів, тощо, і ці чинники з плином часу набували більшої значимості для учасників протестних подій: «за те, щоб не спалювали права українців» (24); «Всі розуміли одне: ми хочемо, щоб відповідні люди були притягнуті до відповідальності, і що Янукович має піти» (3); «...от реально, вперше я свідомо вийшла після того, що відбулося вночі. Перед тим я, напевно, ходила, може, з цікавості» (20); «щоб все змінилось в нашій країні, дуже підтримую люстрацію, докорінно» (40).

Однак, і тема підписання угоди про євроінтеграцію залишалась важливою для частини протестувальників: «И после разгона студентов я уже зашел в такую жесткую оппозицию к этой власти, ну и подумал просто, что не уйду, пока не будет подписана Ассоциация» (297).

Мотивом для частини людей після 30 листопаду стала помста, про це вже частково йшлося вище: «натовп був такий, з високим градусом... вони хотіли щось зробити, когось розірвати, звісно. Я туди йшов, тому що в мене був такий самий настрій... Я хотів чогось правильного і всі ми хотіли, мабуть» (70); «после этого выходили не за Европу, а против системы Януковича, выходили против Януковича, ментов, было желание просто отомстить... У меня была идея отомстить милиции» (298).

Ще одна група мотивів пов'язана з бажанням допомогти тим, хто на Майдані живе весь час, або підтримати тих, хто бере активну участь в сутичках з правоохоронцями: «Я бачила дуже зблизька це протистояння, більш пізні місяці Майдану. Це дуже страшно було. Я, наприклад, не здатна на це, хіба що на мене б нападали безпосередньо. Але те, що бути присутнім і те, що показувати, що нам абсолютно не страшно...» (50); «кроме тех чувств, которые чувствовали все, или большинство людей в городе, таких чувств

как солидарность, желание помочь, ничего более у меня не было» (69). Особливо такі мотиви характерні були для киян, які, як правило, не перебували на Майдані весь час, а навідувались з певною регулярністю, або в складні моменти. Відтак, цікавим феноменом київського Майдану і, відповідно, мотивом до участі киян у протестних подіях стало почуття гостинності по відношенню до гостей з інших міст: *«Те киевляне, которые понимали, что сами стоят на Майдане не могут, поддерживали тех, кто стоял там за них. Кто одежду собирал, кто по дороге на Майдан покупал воды... Весь Киев, так или иначе, сопереживал, сочувствовал и участвовал»* (155); *«Мы принимали у себя людей со Львова, с других городов, с Харькова у нас люди ночевали, которые были на Майдане. Мы всегда гостеприимно всех у себя размещали, кто приезжал на Майдан»* (199).

Подібним до бажання допомогти є бажання захистити тих, хто віддавав Майдану свій час, здоров'я та сили: *«ті, хто там жили, а ви уявіть собі, там же не тільки чоловіки, там жінки, і там же ці підлітки, ви знаєте, які у нас підлітки. Їх треба захищати»* (50). І так само аби захистити люди виходили на чергування біля лікарень в періоди, коли на постраждалих з Майдану полювали правоохоронці. Так утворилась ініціатива «Варта в лікарні»: *«Щоб були постійно наші люди в лікарні, які чергують, які нам повідомляють, якщо приїхала міліція. Або якщо когось привезли, щоб знати яке прізвище. От, щоб люди не пропадали безвісті»* (58). Тим самим мотивом – бажання захистити, керувались і учасники «Громадської варті» або «Самооборони мікрорайонів», які виходили патрулювати місто в ночі, аби уберегти населення від нападів «тітушок» та загалом від злочинців. Особливо актуальним це було в період, коли міліція зникла з вулиць Києва (*інтерв'ю 21*).

На більш пізніх етапах, важливими стають психологічні мотиви участі в діях Майдану. Зокрема, коли в місті перебували бандитські угруповання «тітушки», траплялись випадки побиття, викрадення активістів співробітниками правоохоронних органів, респонденти зізнавались, що найбільш безпечно почували себе саме на Майдані: *«страшно було вдома ночувати, не знали, якими дорогами ходити, друзі не знали, де машину на ніч лишати з франківськими номерами»* (29). Крім того, респонденти неодноразово зазначали, що в найскладніші дні страх, відчай і зневіра сильніше відчувались вдома перед екраном комп'ютера або телевізора, а на Майдані легше було пережити ту чи іншу подію поряд людьми: *«Коли ти далеко від Майдану, подій, то відчуваєш тривогу, а коли там, то заряджаєшся енергією. На майдані бачив тих людей, які готові відстоювати свої права до останнього, і відчуваєш, що нема чого боятися»* (18).

Так само в часи найбільших загострень конфлікту, наперед виходив мотив, який полягав у тому, що активісти вже зайшли надто далеко і за умов поразки Майдану, їм не буде життя в цій країні. Тому, єдиний шанс – перемогти: *«Або режим поневолить народ, будуть репресії, студентів повиключають з університетів, котрі піднімали протести, багато людей, хто виступав, могли опинитись у в'язниці, або народ завалить той режим»* (18); *«Я розумію, що насправді, якщо зараз оцю всі масу, що там стоять, загребуть, то в Україні в найближчі 10 років вже нічого не буде. Це реально цих 5 % сили, що завжди будуть пхати людей вперед»* (3).

Поряд з раціональними мотивами, фігурують такі, що ґрунтуються на емоціях. Серед них, мотив «якщо не я, то хто?»: *«Якось воно дуже лячно, але ти розумієш, що ти не маєш іншого виходу і окрім тебе більш того ніхто не зробить»* (3).

Відчутне місце за свідченнями респондентів займають також мотиви участі в протесті з моральних причин, через власне сумління – «не міг не бути»: *«якщо ми не підем, то себе поважатимемо не будемо. Ну і пішли»* (27). Зокрема, дівчина, яка під час подій Майдану лікувалась від онкологічної хвороби, говорила, що не могла не допомагати хоч якимсь чином, називала цю необхідність власною психологічною потребою (*інтерв'ю 26*).

І, нарешті, необхідно виділити такий мотив участі в подіях Майдану, як провина. Він особливо характерний для тих, хто не брав участі у фізичному протистоянні, а допомагав речами, грошима, медикаментами, волонтерською роботою. Респонденти підкреслюють, що особливо після загострень протистоянь на Майдан йшли сотні людей з величезними пакетами з усім необхідним (*інтерв'ю 19, 20*).

Зауважимо, що кожна акція, яка була так чи інакше дотична до Майдану, окрім загальних ідей Майдану, мала на меті власні локальні цілі. Приміром, лежачий протест під Генеральною прокуратурою було організовано активістами партії «Демократичний альянс» на вимогу звільнити заарештованих за підозрою в організації заворушень біля Адміністрації президента 1 грудня 2013 р. А під час захоплення Міністерства освіти, студентські активісти висували вимогу щодо зміни керівництва Міносвіти (*інтерв'ю 177*) в період Майдану. Однак охопити всі акції, страйки та протести, що були дотичні до подій Майдану, не дозволить обраний емпіричний матеріал, тож у фокусі дослідження залишаться тільки мотиви учасників основних подій того протесту, які відбувались на Майдані Незалежності в Києві та прилеглих вулицях.

Таким чином, у цій статті на широкому емпіричному матеріалі проаналізований мотиваційний компонент фреймінгу протестних подій Майдану 2013–2014 років. Особисті свідчення учасників Майдану, зібрані методом глибинного інтерв'ю, дозволяють виділити ширший спектр мотивів участі активістів у протестних подіях, а також, коректніше інтерпретувати їхнє розуміння власних мотивів.

Мотивації респондентів до участі в подіях на Майдані прямо залежать від подій Майдану. Зміна інтерпретацій власних мотивів до участі в протестній активності відбувається синхронно з основними трансформаціями фреймінгу протесту. Мотиви були відмінними не лише у різних людей залежно від етапу Майдану, на якому вони вирішили долучитися до подій. Одна й та сама людина по-різному окреслює причини власних рішень щодо участі в подіях на Майдані на різних етапах.

Крім того, мотиви участі в подіях Майдану різняться залежно від ролей учасників. Особливо такі відмінності відчутні в період силових протистоянь між мітингувальниками та правоохоронцями: мотиви тих, хто перебуває безпосередньо на Майдані, можуть відрізнятися від мотивів тих, хто бере участь в організації життєдіяльності Майдану або допомозі постраждалим. Якщо в першому випадку, це можуть бути мотиви «якщо не я, то хто» або мотив помсти, то в другому, наприклад – мотив провини.

З аналізу видно, що на початку протесту, мотиви участі активістів були більш конкретними і локальними. Люди виходили проти зовнішньої політики країни, за покарання винних у побитті мітингувальників тощо. Тоді, як з плином часу та із загостренням подій, респонденти частіше називають моральні та психологічні мотиви участі в подіях Майдану: сумління, провина, бажання допомогти тощо.

У подальших дослідженнях Майдану з точки зору символічної, соціокультурної інтерпретації, має сенс дослідити інші компоненти фреймінгу Майдану як соціального руху та окреслити основні соціальні феномени, що стали символами Майдану.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Від Майдану-табору до Майдану-січі: що змінилося? [Електронний ресурс] <http://dif.org.ua/article/vid-maydanu-taboru-do-maydanu-sichi-shcho-zminilosya>. – Назва з екрана.
2. Майдан-мітинг і Майдан-табір: схоже і відмінне [Електронний ресурс] <http://dif.org.ua/article/maydan-miting-i-maydan-tabir-skhozhe-i-vidminne>. – Назва з екрана.
3. Паниотто В. Евромайдан внутри и снаружи: результаты социологических исследований / Владимир Паниотто // Феномен майдану в українському суспільстві: соціологічні інтерпретації. Матеріали Міжнародних соціологічних читань пам'яті Н. В. Паниної / За наук. ред. Є. І. Головахи і О. Г. Стегнія. – Київ : Інститут соціології НАН України, 2015. С. 15–32.
4. Прохорова А. А. Методологічні особливості дослідження особистих свідчень учасників Майдану 2013–2014 років методом напівструктурованого інтерв'ю / А. А. Прохорова // Наукові записки НаУКМА. – 2017. – Т. 200 Соціологічні науки /здано до друку/.
5. Della Porta D. Social movements : an introduction / Donatella della Porta, Mario Diani. – Oxford Blackwell Publishing, 2006, 2nd ed. – 345 p.
6. Goffman E. Frame analysis : An essay on the organization of experience /Erving Goffman. – Northeastern University Press, 1986. – 586 p.
7. Snow D. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation / David A. Snow, E. Burke Rochford, Jr., Steven K. Worden, Robert D. Benford // American Sociological Review. – 1986. Vol. 51, No. 4. – P. 464–481.
8. Snow D. Ideology, frame resonance, and participant mobilization / David A. Snow, Robert D. Benford // International social movement research. – 1988. Vol. 1, No. 1. – P. 197–217.

REFERENCES

1. Della Porta D., Diani M. Social movements: an introduction / D. della Porta, M. Diani. Oxford: Blackwell Publishing. 2006.
2. Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience /E. Goffman. Boston: Northeastern University Press. 1986.
3. Majdan-mitynh i Majdan-tabir: skhozhe i vidminne [Maidan-rally and Maidan-camp: similar and different] <http://dif.org.ua/article/maydan-miting-i-maydan-tabir-skhozhe-i-vidminne> [in Ukrainian].
4. Paniotto V. Evromaidan vnutri i snaruzhi: rezul'taty sotsiologicheskikh issledovaniy [Euro-maidan inside and outside: results of the sociological research] / V. Paniotto // Fenomen majdanu v ukrains'komu suspil'stvi: sotsiolohichni interpretatsii. Materialy Mizhnarodnykh sotsiolohichnykh chytan' pam'iyati N. V. Paninoy [Phenomenon of Maidan at Ukrainian society: sociological interpretations. Materials of the International sociological readings in memory of N. Panina]. 2015. P. 15–32. [in Russian].
5. Prokhorova A. Metodolohichni osoblyvosti doslidzhennia osobystykh svidchen' uchasnykiv Majdanu 2013–2014 rokiv metodom napivstrukturnovanoho interv'iu [Methodological features of the study of personal testimonies of Maidan (2013–2014) participants using the meth-

- od of semi-structured interview] / A. Prokhorova // *Naukovi zapysky NaUKMA* [Scientific notes NaUKMA]. 200. *Sotsiologichni nauky* [Sociological studies]. 2017. [in Ukrainian]
6. Snow D. Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation / D. A. Snow // *American Sociological Review*. 4. 1986. P. 464–481.
 7. Snow D., Benford R. Ideology, frame resonance, and participant mobilization / D. A. Snow, R. D. Benford // *International social movement research*. 1. 1988. P. 197–217.
 8. Vid Majdanu-taboru do Majdanu-sichi: scho zminylosia? [From Maidan-camp to Maidan-Sich: what has been changed?] <http://dif.org.ua/article/vid-majdanu-taboru-do-majdanu-sichi-shcho-zminylosia> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редколегії 20.08.2016

Прийнята до друку 12.10.2016

MOTIVES FOR PARTICIPATION OF INDIVIDUALS IN THE PROTEST EVENTS OF MAIDAN (2013–2014)

A. Prokhorova

*National University of Kyiv-Mohyla Academy,
H. Skovoroda Str. 2, Kyiv, 04655, Ukraine,
anna_prokhorova@ukr.net*

The article studies the motivational framing of the protest events on the Kyiv Maidan (2013–2014) relying on the pool of 300 in-depth interviews collected during the first six months after the events. The investigation of the oral testimonies of the active members of Maidan events made possible to identify the cognitive constructs and interpretations that underlie the motivational component of the framing of the social movement. The research of in-depth interviews allowed us not only to detect a wide range of motives that had encouraged the participants of the Maidan to collective actions but also to interpret these motives more correctly.

Motives for the participation of the respondents in the Maidan directly depended on the course of events. Changes in interpretations of the personal motives to take part in the social movement coincide in time with the main transformations of the framing of protest. The motives differed not only depending on which stage of events the person had decided to join the Maidan. The same person outlined his or her own reasons for participation in different ways on different stages of the Maidan. The main group of motives for participation at the first stage of the protest was mostly related to the renovation of the political course of Ukraine towards Europe with its quality of life and respect for human rights and freedoms. Then after the police had cruelly beaten the protesters, participants started to join the movement mainly against excessive use of force by law-enforcement authorities, for the condemnation of those who had been guilty in the beating, for the resignation of the government and the president and because of other similar motives.

Motives for participating in the Maidan also differed depending on the roles of the activists. Such differences were especially visible during the periods of violent confrontation between the protesters and law-enforcement authorities. The motives of the individuals who were directly at the Maidan differed from the motives of those who were involved in

organizing the Maidan's life or helping the victims. For the first category of people the common motive was «If not me, then who else?» or the revenge motive. While for the second category more common motives were guilt, desire to help, desire to protect.

According to the research, at the beginning of the social movement the motives for the participation of activists were more specific and local. People were protesting against the new foreign policy of the country, for punishing those, who had been guilty of beating the protesters, and so on. On the other hand, speaking about later events, respondents more often referred to moral and psychological motives and stimuli for participation in the Maidan: conscience, guilt, desire to help, desire to protect etc.

So the motives and stimuli for taking part in the protest depended on the dynamics of events on Maidan and on the roles of individuals during the Revolution of Dignity.

Key words: Maidan, motivation, framing, in-depth interview.

CONATIVE ASPECT OF CIVIL IDENTITY: AN INFLUENCE OF RELIGIOUS AND CONFESSIONAL FACTORS

O. Demkiv

*Ivan Franko Lviv National University of Lviv,
Universytetska Str. 1, Lviv, Ukraine, 79000,
oldemkiv@gmail.com*

Religious processes play an important role in the life of human civil society. Although there are a lot of works dedicated to the study of the relationship between religion and politics, between religion and the state, far less attention has been paid to the study of the influence of religion on the formation of a civil society. The main purpose of this article is to study the influence of religion on the development of the conative (pragmatic) aspect of the civil identity of countries in Western and Eastern Europe. The author of the article has used the Index of Civil and Political Activity (ICPA) and the figures of declared religious identity according to the 6th round of ESS. As a result, the author has reached the following conclusions: 1) the pragmatic part of civil identity – civil practice – has been growing in most countries in Western and Eastern Europe, while the proportion of citizens identifying themselves with any religion or confession has been declining. 2) There exists a relationship between the religious affiliation and the level of civil and political activity (ICPA is higher in protestant countries)

Keywords: civil society, civil identity, political activity, religion, Index of Civil and Political Activity.

Introduction. A characteristic feature of modern democracy is the existence of a stable civil society independent from the state, that can consolidate and deal with certain tasks for the common good. Although civil society exists apart from the state, both work closely within the legal and political framework. The level of development of civil society in each country is defined by many factors (such as: the level of social responsibility, development of local self-government and self-regulation, development of mass media, et.) including the level of the existing civil identity¹.

In recent decades, religion has played a much stronger role in the political sphere, and in many countries (Iran, Israel, USA) has become one of the major social institutions. The impact of different religious movements, and of religious terrorism on world politics can no longer be ignored by researchers. If in Western countries the Christianity church assumes a special role in processes of state building, taking an active position in civil society, in the East

¹ Civil identity is a complex phenomenon: realizing by the individual of its identity with a community of citizens of any given state, that is manifested in significant actions aimed to the development of a state.

religions in fact substitutes the civil by creating a special religious-national self-consciousness. Although the process of secularization caused a significant effect on the life of various social institutions, the influence of religion on people's behaviour, on the social values of a person and the social groups still remains efficient.

Nowadays sociological researches concentrate on the disintegration of Eastern European societies, as well as the absence of consolidation and self-organization, the prevalence of individualism, selfishness and alienation, while the West is demonstrating much higher activity in the societal life. According to the Worldwide Alliance for Citizen Participation, CSOSI¹ is several times higher in the Protestant countries of the Western Europe². That is why the study of the influence of religion in civil activity is highly topical issue of Sociological Research, as it will answer the question: Why some religions play a more active role in public life than the others? How does the religious affiliation of the nation correlate with its social position today?

Given the above, the purpose of this study is to examine the influence of confession and religious affiliation on the conative demonstration of civil identity.

Realization of this purpose is possible with the following objectives: 1) outline the methodology for studying civil identity 2) to determine the probable causes of religious influence on the development of civil identity; 3) to outline possible models of coexistence of civil society and religion.

1. Review of the Literature. Great attention to studying the role of religion in the social and political transformation of society was paid by the founders of religious sociology Emile Durkheim, Max Weber and Georg Simmel.

Among the most prominent researchers of the secular and the religious remain Ronald Inglehart and Jurgen Habermas. «Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide», a work by Ronald Inglehart and Pippa Norris is one of the most famous in the study of the secular and the religious where, based on the idea of Max Weber and Emile Durkheim, the nature of religion is examined, and societies are classified as sacred or secular [Inglehart, Norris, 2005, p. 5].

Jurgen Habermas considers religious tolerance as one of the components of any liberal political culture. Speaking of «Christian identity of Europe», Habermas stresses civility and democratism [Habermas, 2003].

Of course, it is necessary to give due consideration to Samuel Huntington's civilization model, which predicts the growth of the role of religion in the future, since owing to the

¹ The Civil Society Organization Sustainability Index (CSOSI) has been used since 1997 to assess the sustainability of the CSO sector. The Index has expanded considerably since its inception – it went from covering 18 countries in the Europe and Eurasia Region, to covering over 60 countries in different regions around the world. By using standard indicators and collecting data each year, the CSOSI enables users to track developments and identify trends in the CSO sector over time while allowing for cross-country and cross-region comparison. It is used by CSO advocates, development partners, and academics to assess international and regional trends in the civil society sector and to identify common obstacles impeding the sector's sustainability, such as the legal environment, organizational capacity, and financial viability

² 2013 CSO Sustainability index for central and eastern Europe and Eurasia. Available at http://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1863/2012CSOSI_0.pdf

response to global social and economic problems, the main differences between people will not be associated with economy, politics or ideology, but with culture [Huntington, 1993].

Notable are also the ideas of David Hollenbah, the Centre for Human Rights and International Justice Director (USA, Boston). In his works [Hollenbach, 2003,2006,2007] he claims that religious ideas may promote democracy, human rights and the world, taking an active position in civil society. The researcher raises the question of the correlation between liberalism and religious freedom, the importance of religion in a pluralistic society, the privatization of religion in domestic policy and the benefits of religion for civil society. He analyzes the Christian ethic during the Cold War, the role of Catholicism in Communist countries, the observance of human rights in Africa and global universal ethics.

The influence of religious identity on the formation of civil society was also studied by M. Marynovych and A. Turii, whose works deal with the importance of the church in post-communist countries and finding religious identity [Marynovych, 2004]. Works by R. Protsiuk [Protsiuk, 2004] are devoted to the religious aspect of nation-building, and its relationship with the processes leading to the formation of a civil society. The value of religion in the life of human society was studied by Benedict Anderson, Dominique Schnapper, I. Ohiienko, A. Kolodii, and A. Karas. In the observable thesis of the Russian sociologist M.V. Yefriemova, the synergies between civil and religious identities and economic units and concepts are examined [Yefriemova, 2010].

In general, the analysis of the literature on the research has allowed us to distinguish two main areas: 1) the theoretical analysis of the content of the concepts of «religious» and «civil» identity, as well as civil society; 2) and social interdependence of civil and religious life in society.

2. Research Methodology. During the investigation of social identities, the theoretical approach of J. Turner and H. Tajfel about the effects of interpersonal and inter-group communication on identity formation (Social Identity Theory) [Tajfel, 1982] is usually used; it defines the latter as the part of individual identity that arises from an awareness of their membership in a social group with axiological and emotional significance. That is, the individual identification as a member of a particular group, and the emotional significance of the members of this group.

In determining the degree of identification with the group, Petr Shtompka [Sztompka, 2005] distinguishes subjective attitude and objective membership.

As we combine these two approaches, we may distinguish between the indicators of social identity (including civil and religious and confession) between a subjective attitude that comes laden with gnostic (cognitive) and axiological and emotional stress, and the as objective membership that is defined by membership activity, or by any other practices (see Fig. 1)

Thus, the empirical indicators of civil identity formation are its cognitive, axiological and emotional content, and the implementation of a citizen's advocacy in specific activities are realized through civil practices. At the center of our research is the conative (behavioral, pragmatist) aspect because it has the greatest importance on the formation of an integrated civil identity and manifests itself in specific actions important for society, practices.

In sociological studies of behavioral forms of interaction between citizens and the state, a concept of political contribution is usually used, because most forms of political contribution

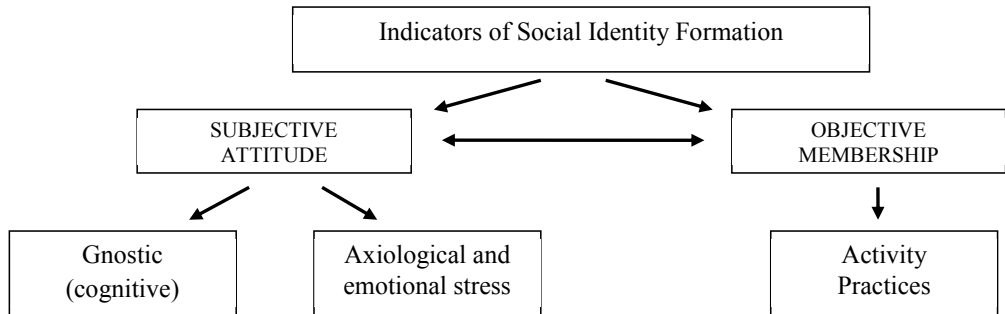


Figure 1. Key Indicators of Social Identity Formation

are particular manifestations of defending one's own interests and preferences. However, some forms of political contribution, such as voting in elections or referendums, do not always have the nature of innovative actions by the citizens.

Electoral behavior, in one respect, may be considered as an act of will, but it is problematic to attribute this act to innovation, since the election and possibility to vote defined by institutional factors (even in countries with no civil society) and these factors do not actually depend on the individual will. The concept of political contribution focuses precisely on the political form of action. Value system as an important source of contribution is often carried forward to political contribution. Also, political contribution, in addition to behavioral forms, involves cognitive inclusion. In particular, the levels of political interest or apathy, of party membership, understanding of political issues, etc. [Reznik, 2009] are considered as a criterion for political contribution.

Although a lot of work has been devoted to theoretical approaches that explain the mechanisms and factors of civil engagement, the most noteworthy are the developments of British researchers Charles Pattie, Patrick Seyd, Paul Whiteley [Pattie, Seyd, Whiteley, 2003], Robert A. Dahl [Dahl, 1961], and the Ukrainian sociologist O. Reznik [Reznik, 2009, p. 16]. Based on this research, we build an operational approach to the conative aspect of civil identity, civil and political practices, which includes the following:

- Conventional practices such as regular party work, active participation in the party, the use of political insignia, contacts with government officials; contacts with activists, political organizations; work at election headquarters; work in civil society organizations, and other work that involves informing people along a political line;
- Non-conventional practices such as non-violent institutionalized behavior (legitimate demonstrations, public rallies, marches, pickets, boycotts, and occupation of premises); non-violent illegitimate actions (civil disobedience, participation in illegal strikes, demonstrations); violence (terrorism, rebellion, road blocking, acquisition by seizure, clashes with the police, causing damage to property);
- Various activities resulting from citizens contacting institutions and organizations (writing complaints, petitions, appeals to local governments and public administrations);

- Citizens' organizational (group) practices (participation in the activities of civil organizations).

As a generalized indicator of civil practices we have used an Index of Civil and Political Activity (ICPA) proposed by O. A. Borovskyy [Borovskyy, 2011, p.119]; this Index is calculated based on the results of the European Social Survey (ESS) as a group mean of the average values (for each country) of variables ESS B13 (Have you got in touch with any politician, government or local authorities during the last 12 months?), B14 (Have you worked in any political party or movement?), B15 (Have you worked in another organization or association?), B16 (Have you worn any political symbols (icons, ribbons, pennants etc.) or distributed campaign materials?), B17 (Have you signed any petition?), B18 (Have you participated in a lawful public demonstration?), and B19 (Have you participated in the boycott of any industrial products or food during the last 12 months?).

During our survey, we also use the indicator of declared religious and confessional identity, as in this case, it is the area of religious confession of a respondent that we are interested in, and not the depth and fullness of his religion. In the European Social Survey (ESS) it is measured by an indicator of the respondent's self-identification with a particular religion and confession (the question «Do you belong to any particular religion or confession?»).

3. Empirical Study of the Relationship of Religiosity and Civil Identity. The interdependence of civil and religious identities nowadays has been confirmed by comparative studies by ESS, Euro Barometer, European Value Survey, SINUS-Milieu, INTAS and others. In particular sociological monitoring project ESS (European Social Survey) provides a real opportunity for the researcher to compare with multiple indicators of social and political life of Western and Eastern Europe.

As it can be seen, the pragmatic part of civil identity, civil practice, increases in most countries of Western and Eastern Europe along with the decrease of the population that identifies itself with any religion or affiliation (see fig. 2). Countries such as Sweden, Norway, Finland, Germany, Denmark, and France which all had their identification with a particular religion or belief confirmed by almost 60 % of respondents, are the most active in civil activity and politics. On the contrary, countries with high religious activity, Cyprus (0.97), Romania (0.93), Poland (0.89), and Portugal (0.86), have the lowest rate of participation in civil practice: 0.09; 0.04; 0.06 and 0.04 respectively.

As for religious and confessional identification, in this context a direct connection with civil activity may be seen (picture 3). Based on these data, we may distinguish three groups of countries with a similar set of values of parameters:

- 1) countries with a high ICPA ($\geq 0,12$) and an average indicator of declared religious identity (less than 70 %): Sweden, Norway, Finland, Germany, Spain, Switzerland, France, Denmark, Great Britain, Belgium, the Netherlands;
- 2) countries with a low ICPA ($\leq 0,11$) and a high rate of declared religious identity (70 %): Cyprus, Slovakia, Ukraine, Bulgaria, Poland, Romania, Portugal;
- 3) countries with a low ICPA ($\leq 0,11$) and a low rate of declared religious identity (less than 60 %): Estonia, Hungary, Latvia, Russia, Slovenia.

It is characteristic that countries with a protestant orientation are prevalent in the first public group, and Catholics and Orthodox dominate in the second and third groups. Moreover,

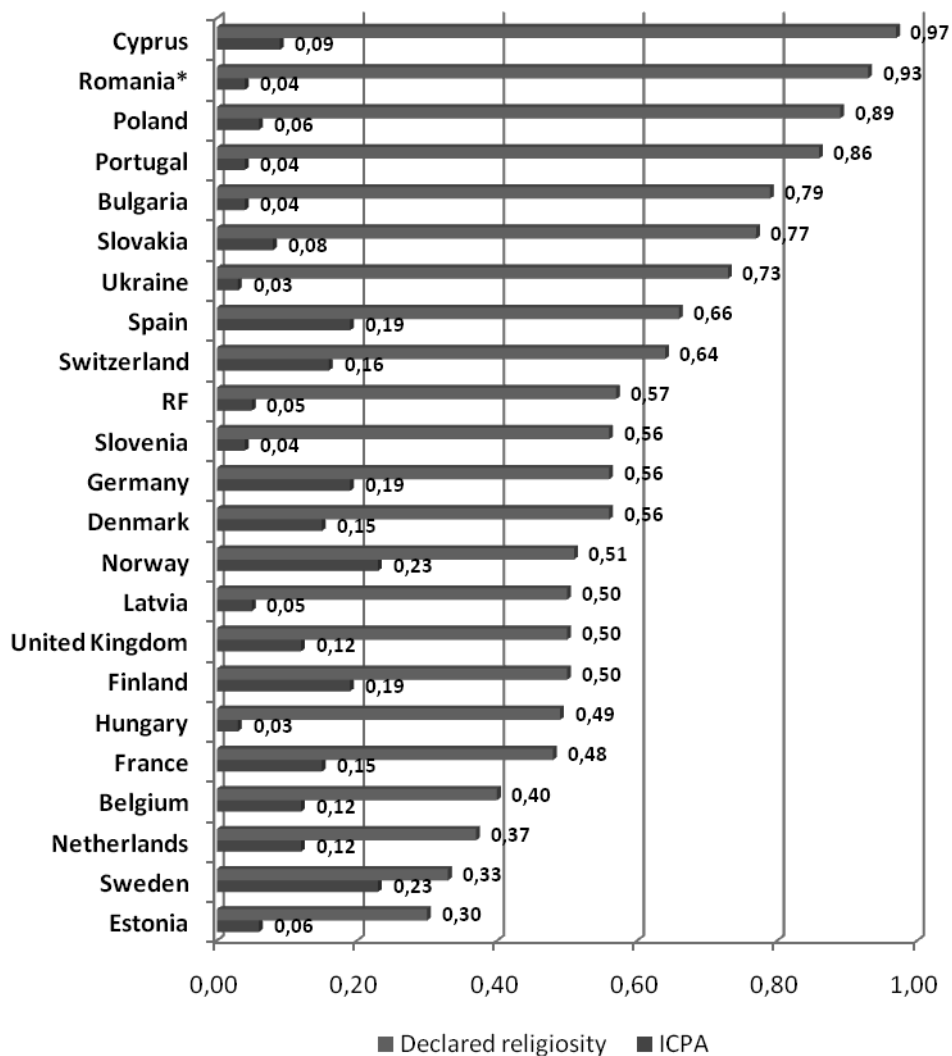


Figure 2. Declared level of religiosity and valued ICPA (ESS, Round 6-2012)
(The source: European Social Survey)

an interesting tendency is seen: the higher is the percentage that identifies itself with Orthodoxy in the country, the lower is the ICPA, which confirms Samuel Huntington's opinion: «Europe ends where Western Christianity ends and Islam and Orthodoxy begin» [Huntington, 1993, p. 243].

This dependence is explained by difference in the ideological doctrines of Orthodoxy, Catholicism and Protestantism. While monarchy is an ideal form of government for Orthodoxy and Catholicism, which is declared in religious discourse («For the LORD is our judge, the LORD is our lawgiver, the LORD is our king; it is he who will save us» (Isaiah 33:22)),

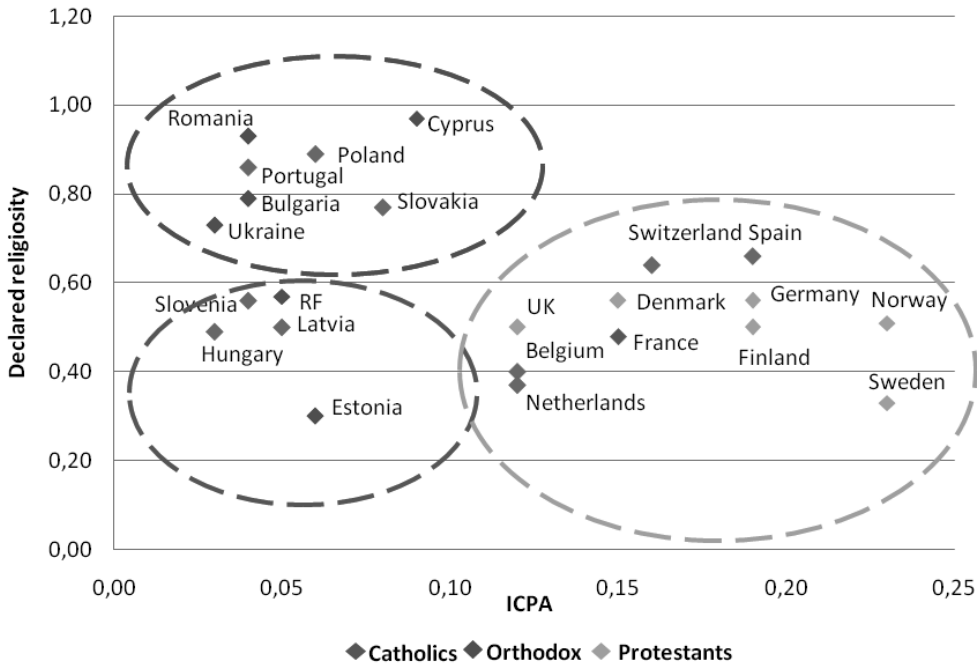


Figure 3. The relation of religion and ICPA, (ESS, Round 6-2012)
 The source: European Social Survey)

Protestantism is a supporter of democratic principles, a model of commonwealth that would guarantee human rights and freedoms, independent legislative and judicial system: «First, we must provide a sound basis for the civil law and sword so no one will doubt that it is in the world by God’s will and ordinance» [Wells, 2010, p. 81]. This hypothesis is supported by empirical data of ESS Round 6.

As it may be seen on the figure 4, the number of people who support democracy is increasing along with the increase of Protestants. The lowest rate of adherence to democratic values is in Russia (6.55), where Orthodox religious model of world perception was long under the influence of different emperors. The questions of internal and external freedom in this religious doctrine, are a point of dispute in various religious doctrines: the Western traditions developed the idea of the values of freedom from political space, while subordination to groups, individuals or entities dominated in the East. The belief in a wise ruler, the Holy Father, and unsophisticated law, all this leads to a unique model of civil behavior. Orthodox theology of suffering and salvation goes back to the times when Kievan Rus adopted Christianity. The model of so-called «Moscow Orthodoxy», which is now present in the countries of Eastern Europe, was formed, according to Anthony D. Smith, during the fall of Constantinople, which promoted closer union of church and state, as well as the development of the idea that Russia is the last bastion of the true faith. At that time when the Russian Church got the status of «national autocephalous», and the religious community became equal to the political, the

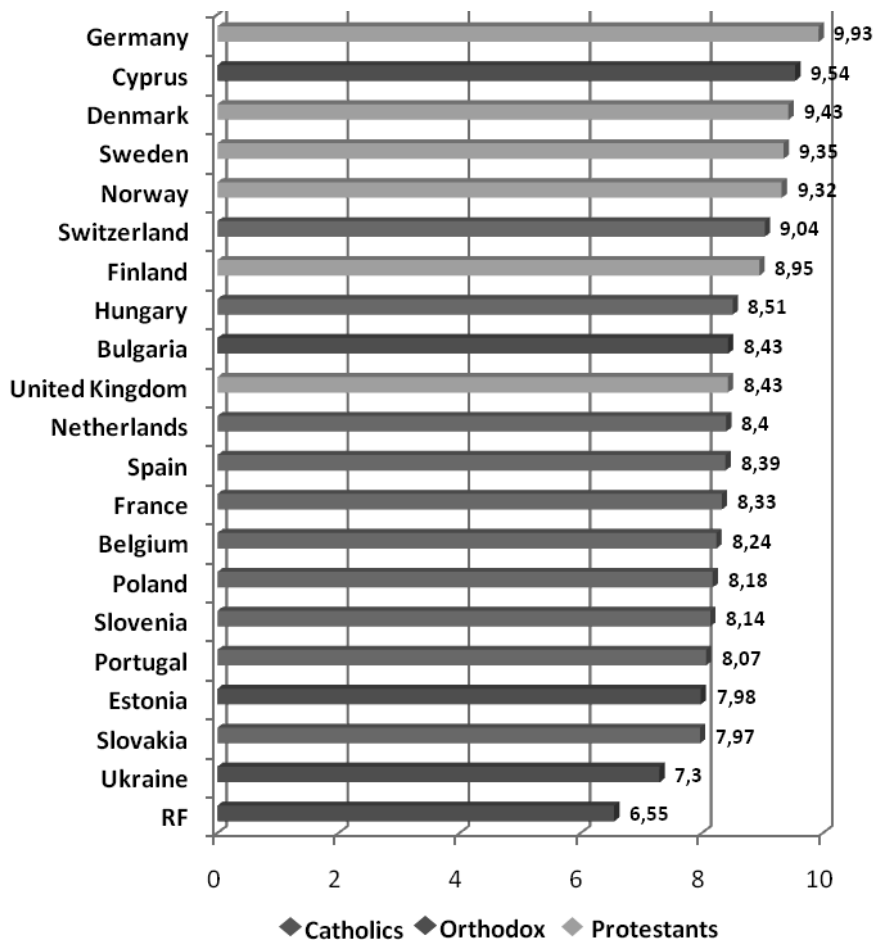


Figure 4. The importance of the democratic for of government repondents in European countries ICPA Round (ESS, Round 6-2012)

The source: European Social Survey)

state itself became more autocratic, and its rulers deliberately adopted Byzantine titles such as autocrat («sole ruler») and «Tsar», as well as the Byzantine palatial ceremonial and emblems, such as the Byzantine double-headed eagle [Smith, 2008].

Another inherent part of civil society is the support of democratic values. According to A. Ivin [Ivin, 2000], real democracy is possible only if there is a stable civil society able to use democracy as a tool for reconstruction (rebuilding) of a country. On the other hand, the existence of the civil society governed by rules and established by the state, turns out to be more stable and productive if democracy is a crucial means of influencing the state. Such relation between democracy and civil society is the key to understanding democracy and explaining why in countries where the government was not reined in by a sustainable civil society, democracy becomes ineffective and sometimes even harmful [Ivin, 2000, p. 161].

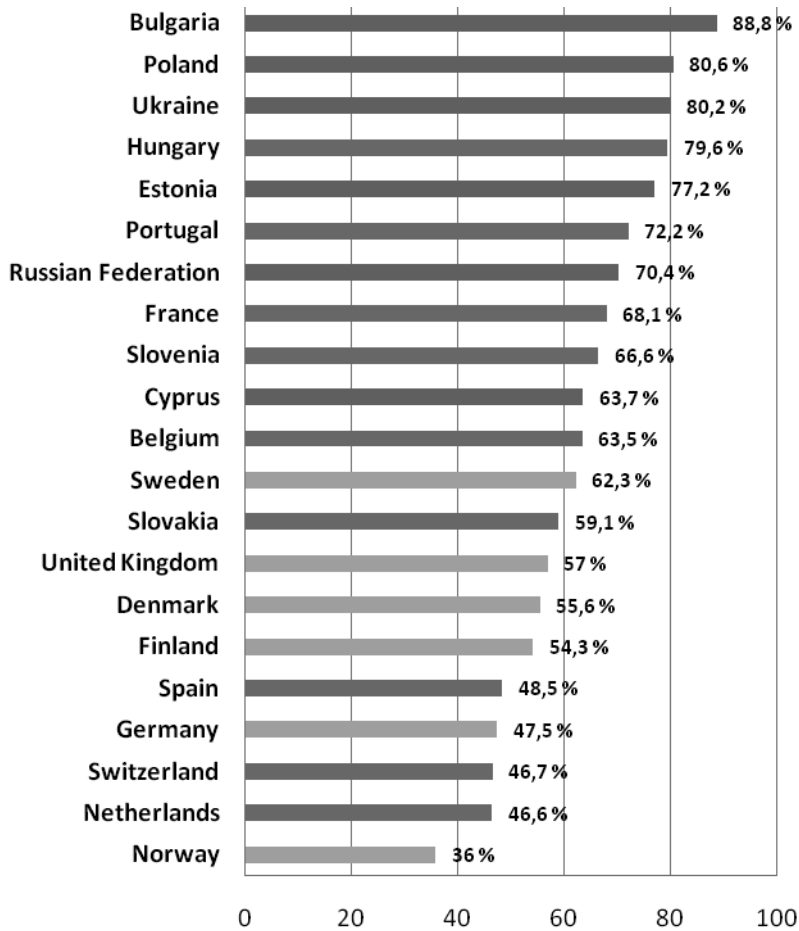


Figure 5. Involved in work for voluntary or charitable organisations: proportion respondents who never took (ESS, Round 6-2012)

The source: European Social Survey)

Unlike the constant struggle and confrontation by Orthodox and Catholic churches for the right to put their mark on society, the Protestant doctrine provides for cooperation in the field of «state-society-personality».

Another important indicator of civil engagement is voluntary participation in various social movements and organizations (volunteering). Participation in voluntary activities is a reliable indicator of civil identity, because it reflects the degree of civil engagement (figure 5). As it may be seen, the percentage of people who have never participated in volunteer work is higher in countries with Orthodox and Catholic religion (Bulgaria, Poland, Ukraine, Hungary, Estonia and others).

Conclusions. Thus, upon our research we can draw the following conclusions:

- the ideological foundations of civil society were formed in those countries where

Protestantism became one of the dominant faiths. The countries with a protestant orientation are prevalent in the groups with a high ICPA, and Catholics and Orthodox dominate in the groups with a low ICPA;

- in general, for the developed Western democracies the religious component is not one of the dominant ones in the formation of civil identity, where religious identity is often identified with national identity – which is connected with the long struggle between Catholicism and Protestantism, which had as a consequence the appearance of various national liberation movements;
- some countries of the Western Europe have moved towards a certain privatization of religious identity. While nowadays democratization processes in the world churches increasingly emphasize on its separation from the state, its role in the political and diplomatic activity, especially in transitional societies, is continually increasing;
- the main reasons for the different influence of religion on civil activity of the population are: firstly, historical factors – traditionally, the strongest indicator of religiosity is observed in countries where the Church was a strong social institution; secondly, the difference between ideological doctrines and principles of outlook in world religions;
- the main differences between religious influence are in the ideological and philosophical bases of religions and in their interpretation of existence and the way of life;
- the confrontation between religious and civil identity is evident in the Orthodox countries that is the bearer of a particular worldview which was formed throughout thousand years of history and tradition. Having inherited the Byzantine tradition, «Orthodoxy» became a dedicated follower of power «established by God», in other words, monarchical power that derives from the inability of its supporters to organize and consolidate. For a long time, «imperial» Orthodoxy of Eastern Europe held in its hands state, church and nation, which proved itself in such phenomena as paternalism, low public activity, civil derivation, et-cetera.

REFERENCES

1. Inglehart, R., Norris P. (2005), *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*, Psychology Press, 405 p.
2. Habermas, J. (2003) *Faith and Knowledge*, In *The future of Human Nature*, p. 101–115.
3. Huntington, S. (1993), *The Clash of Civilization?*, Foreign Affairs.
4. Hollenbach, D. (2003), *The Global Face of Public Faithby*, Washington, DC: Georgetown University Press, 259 p.
5. Hollenbach, D. (2006), *Human Rights, Justice and the World Church*, The national catholic weekly «America», Vol. 195, no. 13, p. 10–12.
6. Hollenbach, D. (2012), *Religious Freedom, Morality, and Law: John Courtney Murray Today*, Journal of Moral Theology (Inaugural Issue), no. 1, 69–91.
7. Marynovych, M. (2004), *An ecumenist analyzes the history and prospects of religion in Ukraine*, Lviv: Ukrainian Catholic University Press, 89 p.
8. Protsiuk, R. (2004), *Nation's Religious Identity as a Factor of Civil Society*, Bulletin of the Lviv University. Philosophy, Vol. 6, p. 122–130.

9. Yefriemova, M. (2010), The relation of civil and religious identity with economic attitudes and perceptions, Moscow, 29 p.
10. Tajfel, H. (1982), Social identity and intergroup relations. Psychology., Cambridge, Paris.
11. Sztompka, P. (2005), Analysis of contemporary society, Moscow, 664 p.
12. Reznik, O. (2009), Explanatory opportunities of the theoretical approaches to the study of civil practice factors, Ukrainian society, Vol. 4, no. 31, p. 150–159.
13. Pattie, Ch., Seyd, P., Whiteley, P. (2003), Citizenship and Civic Engagement: Attitudes and Behaviour in Britain, Political studies, Vol. 51, p. 443–468.
14. Dahl, R.A. (1961) Who governs? Democracy and power in an American city, New Haven; Lnd., 357 p.
15. Reznik, O. (2009), Civil Practices in the Transition Society: Factors, Subjects, Methods of Realization, Kyiv: Institute of Sociology, NAS of Ukraine, 336 p.
16. Borovskyy, O.A. (2011), Methodical and methodological foundations for the course «Transformation processes in Central and Eastern Europe», Kyiv, Actual problems of sociology, psychology, pedagogy, no. 13, p. 115–121.
17. Wells, S. (2010), Chastian ethnics: an Introductory reading, Wiley-Blackwell, 335 p.
18. Smith, A. (2008), The cultural Foundations of Nation: Hierarchy, Covenant, and Republic, Wiley-Blackwell, 264 p.
19. Ivin, A. (2000), Philosophy of History, Moscow, 528 p.

Стаття надійшла до редколегії 12.06.2017

Прийнята до друку 17.08.2017

КОНАТИВНІ АСПЕКТИ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ВПЛИВ РЕЛІГІЙНОГО ТА КОНФЕСІЙНОГО ЧИННИКІВ

О. Б. Демків

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, Lviv, 79000, Україна,
oldemkiv@gmail.com*

Релігійні процеси відіграють важливу роль у житті громадянського суспільства. Хоча існує низка праць, присвячених вивченню взаємозв'язків між релігією та політикою, між релігією та державою, набагато менше уваги приділялося вивченню впливу релігії на формування громадянського суспільства. Головна мета цієї статті – з'ясувати взаємозв'язок релігії та конативний аспект громадянської ідентичності країн Західної та Східної Європи. Автор статті використовував Індекс громадянської та політичної діяльності (ICPA) і показники декларованої релігійної ідентичності відповідно до шостої хвилі Європейського соціального дослідження. У розвідці з'ясовано: 1) прагматична частина громадянської ідентичності – цивільна практика зростає в більшості країн Західної та Східної Європи, тоді як частка громадян, які ідентифікують себе з будь-якою релігією чи конфесією спадає; 2) існує зв'язок між релігійною приналежністю та рівнем громадянської й політичної активності.

Ключові слова: громадянське суспільство, громадянська ідентичність, політична діяльність, релігія, індекс громадянської та політичної діяльності.

ІСТОРИЧНА ПАМ'ЯТЬ ТА ІСТОРИЧНА ПОЛІТИКА

УДК 930.2:801.81

<http://dx.doi.org/10.30970/vso.2017.11.14>

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ НА СХОДІ УКРАЇНИ В ЖІНОЧИХ БІОГРАФІЧНИХ ІНТЕРВ'Ю

Т. Д. Лапан

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська, 1, м. Львів, Україна, 79000,
tetianalap@yahoo.com*

У статті розглянуто попередні висновки на основі матеріалів проекту In Memory of Lesya Kyzyk Research Project in Oral History: Ukrainian Women in the Military Conflict in Eastern Ukraine (2014–2016). Закцентовано увагу на жіночій участі у війні на Сході України. Проект був здійснений у межах жіночих усно-історичних студій. Здійснено спроби аналізу «автобіографічної пам'яті» жінок, які перебували у зоні збройного конфлікту. Важливим аспектом дослідження стали виявлення мотиваційних чинників участі жінок у збройному конфлікті на Сході України. Автор аналізує різноманітні групи жінок, які беруть участь у сучасній україно-російській війні. Розглянуто умови перебування жінок на передовій. Особливу увагу у статті приділено питанню літературної творчості жінок у бойових діях.

Ключові слова: усна історія, жіноча історія, добровольці, бойові дії, волонтери, біографічне інтерв'ю, УБД, «автобіографічна пам'ять».

«Коли ти спиш цілу ніч в берцях і думаєш, а вдруг це остання, так що я можу сказати що найкращий вчитель – то життя, його уроки неможливо прогуляти. Все можна придбати, а в житті неможливо прогуляти уроки. І тепер як я тут знаходжуся, в мене прапор є вдома, висить в залі і я завжди на нього дивлюся і там є така фраза «Спогади найкращий мій скарб, їх ніхто не може вкрати» [1].

Громадянський обов'язок як чоловіків, так і жінок під час воєнних дій спільно захищати батьківщину. Тому з початком бойових дій на Сході нашої країни опинилися, як чоловіки, так і жінки добровольці. Тема участі жінок у збройному конфлікті без сумніву є актуальною. Жінки перебувають в АТО з початку ведення бойових дій. Саме тому був здійснений проект In Memory of Lesya Kyzyk Research Project in Oral History: Ukrainian Women in the Military Conflict in Eastern Ukraine, який тривав протягом 2016 р.

Сьогодні дослідники наголошують на тому, що існують відмінності між чоловічими і жіночими спогадами. Науковці чимало уваги приділяють тому, що саме і

як запам'ятовують жінки і чоловіки в подіях, які їм довелося однаково пережити. Отже, актуальність обраної теми полягає також у тому, щоб задокументувати автобіографічні свідчення значної кількості жінок, які стали очевидцями збройного конфлікту на Сході України. «Автобіографічна пам'ять» – це суб'єктивне відображення пройденого людиною відрізка життєвого шляху, що вирізняється фіксацією, збереженням, інтерпретацією і актуалізацією автобіографічно значущих подій і станів [2, с. 18]. У цьому проекті задокументовані події сучасної історії України. Усі жінки-респондентки брали безпосередню участь у боях, обстрілах, перебували на передовій, переживали почуття страху та втрату рідних людей. Жінки мужньо, дисципліновано, витривало, професійно підійшли до участі у збройному конфлікті.

Одне з головних завдань проекту також полягало у тому, щоб показати, яка значна кількість жінок, включена в події війни на Сході України. Кількість жінок-військовослужбовців в Україні неухильно зростає. У 2016 р., згідно зі статистикою Міністерства оборони, у ЗСУ проходять військову службу та працюють 49 552 жінки. Серед них 17 147 військовослужбовців-жінок (8,5 % від загальної чисельності військовослужбовців), у тому числі 2 540 офіцерів (5,3 %), 14 607 солдатів і сержантів (9,4 %) і 32 405 цивільного персоналу. Тільки з початку 2016 р. у лавах армії кількість військовослужбовців-жінок збільшилася на 5,8% від загальної кількості прийнятих, з них 55 осіб були прийняті на офіцерські посади. Більш 2 000 жінок визнані учасниками бойових дій [3]. Це статистика без урахування бійців добровольчих батальйонів. Міністр оборони України С. Полторак заявив, що учасниками антитерористичної операції на Сході України стали близько 6000 жінок-військовослужбовців [4]. У 2017 р. в АТО зафіксовано понад 20 000 жінок [5]. Такі різні кількісні дані ще раз свідчать про неналежне ведення військової статистики в країні. А про кількість жінок у добровольчих загонах дані взагалі відсутні.

Першочергове завдання проекту полягало у тому, щоб вказати на широке коло учасниць антитерористичної операції. В зоні збройного конфлікту перебувають не лише жінки-військові чи жінки-військові медики. Значною є група опитаних жінок-добробаток, а найбільшу частину опитаних становлять волонтери. Серед волонтерів виділимо групу, найперше, цивільних медиків, які організували Першу медичну роту, групу «Білі берети», групу «Т-хелпери», госпітальєри. Групи жінок, які були охоплені проектом, не є сталими, а такими, що постійно змінюються. Відбувається збільшення кількості жінок-воїнів контрактниць, і, навпаки, кількість жінок-добровольців і жінок-волонтерів зменшується. Це зумовлено цілою низкою причин, серед яких насамперед відзначимо соціально-економічну ситуацію в країні, зміну матеріального забезпечення війська. Для прикладу, жінки-волонтери, стають медиками-інструкторами, бо на передовій потрібний медичний персонал. Жінки цивільні медики чи жінки-добробатки стають контрактницями ЗСУ, Національної гвардії.

У проекті ми намагалися зафіксувати якомога більше «свіжих» спогадів жінок про пережиті події війни. Усі інтерв'ю відбувалися на мирній території України, після повернення жінок із зони АТО. Опитування охопило значну частину регіонів країни, а саме Львівську, Київську, Чернігівську, Харківську, Херсонську, Дніпропетровську, Хмельницьку, Полтавську області.

Протягом 2016 р. в Україні був здійснений інший проект «Невидимий батальйон». Проект виконувався завдяки інформаційній та фінансовій підтримці МБФ «Український жіночий фонд». Основний акцент цього проекту зроблений на професіоналізацію українського війська. Жінки у війську могли бути кухарями, пралами, кочегарами, але не снайперами, не займати керівні військові посади. Мета проекту «Невидимий батальйон» – змінити гендерні стереотипи в суспільстві, щоб полегшити жінкам самореалізацію в силових структурах [6].

Особливість проекту In Memory of Lesya Kyzyk Research Project in Oral History: Ukrainian Women in the Military Conflict in Eastern Ukraine (2014–2016) полягала у біографічному інтерв'юванні учасниць бойових дій. Біографічне інтерв'ювання дає можливість проаналізувати шлях жінки у дихотомічному зв'язку миру і війни; війни і повернення до мирного життя. Інтерв'ю включало декілька ключових блоків запитань: дитинство; юність; професійна діяльність у мирний час; родина, сім'я; події Революції Гідності; війна; причини, мотивація участі респондента у воєнних подіях; перебування на лінії ведення бойових дій; воєнне повсякдення; повернення з АТО; адаптація до мирних умов життя; особистий аналіз воєнних подій. Проведення цих двох проектів засвідчує важливість проблематики участі жінок в воєнних діях на Сході країни. Біографічне інтерв'ю дає можливість здійснити, у першу чергу, самоаналіз для респондентки. По-друге, саморефлексію, яка включає роздуми над своїми діями, вчинками. По-третє, самопрезентацію жінкою себе в розповіді.

Станом на 2018 рік опитано 42 жінки, серед яких ми виділяємо 2 найбільші підгрупи – жінки, які мали військовий досвід до подій революції-війни, і жінки – цивільні, мирні особи, які ніколи не перебували на військовій службі (умовно, «ті, що взяли в руки зброю вперше» з початком війни в Україні).

Тематика розповідей. У процесі інтерв'ювання ми намагалися дізнатися про мотивацію участі жінок у війні, що стало тим спонукальним чинником для них у воєнних подіях. Мотивація жіночої участі в АТО є надзвичайно різною. Причини поїздки в АТО загалом можна поділити за такими чинниками: патріотично-ідейні переконання, особисті (сімейні, родинні), економічні, службово-професійні. Різним і не завжди позитивним є ставлення найближчого оточення (родина, друзі) до виїзду жінок в АТО. Вже на цьому етапі відбувається певний тиск на жінку, щоб відмовити її від служби в АТО. Серед опитаних у проекті є декілька жінок, які пройшли вже не одну ротацию на Сході.

«Ну так як мені моя мама розповідала, ти як їхала перший раз то я боялась, а як другий раз то я ще більше боялась. І діти так само, мамка ви вже були та навіщо ви їдете. Меньша, я вже розказувала, мама ви за нас не подумали на кого ви нас лишаєте та не їдьте, я без вас скучаю і без вас закінчиться, за чим ви їдете, мамо ви не їдьте. Але я пообіцяла, якщо командир подзвонить їхати то я поїду, я пообіцяла. В мене чоловік говорить, що ти дуже віддаєшся армії, ти дуже віддаєшся роботі але в мене іншого виходу нема, я вже була психологічно настроєна, тому коли я звідтам виїжджала що я вернуся назад, я пообіцяла повернутися і я знала що як я відбуду дома то я мушу повернутися, так що я позбирала речі і повернулася назад, тяжко було але знаєш що ти там потрібна, що тебе там чекають. Мені ще повезло бо я знала, щоб там не було чи

як там, що мене чоловік підтримає, він ніколи там не упрікне в чомусь, треба значить треба, така моя доля. Я сказала що я військова, я нічого змінити не можу якщо є потреба їхати то я буду їхати, кажу ти взяв жінку військову» [7].

Акцент в інтерв'ю був зроблений на жіночому повсякденні на війні. Цікавими і такими, яким жінки надають особливої уваги, виявилися теми одягу, зовнішнього вигляду, літературної діяльності, особливостей харчування, побуту, дозвілля на передовій. Жінки розповідають про зміни в ставленні до одягу (перевага за вибором зручності й простоти), зазвичай, відсутність макіяжу, аксесуарів. Якщо одягають прикраси, то вони марковані українською символікою. В частині інтерв'ю нам вдалося простежити спроби жінок свідомо підкреслити образ жіночності, намагання показати себе як веселих, життєрадісних, безтурботних жінок. Спілкування з чоловіками відбувається у легкий, невимушений, «грайливий» спосіб. Ця частина жінок доглядає за собою, наскільки це можливо, у бойових умовах. Вони охайні, підтримують чистоту і порядок з одягом, вкладають волосся, роблять макіяж. В іншій частині інтерв'ю, жінки, навпаки, нівелюють свою жіночність, вони працюють над зовнішнім образом так, щоб не відрізнятись від чоловіка-військового. Вони свідомо відкидають усі фемінні ознаки. Ця частина жінок, припускаємо, якоюсь мірою словесно чи фізично зазнала насильства з боку чоловіків. Тому для спрощення відносин з чоловіками, жінка обирає модель (хоча б у зовнішньому вигляді) «уподібнення чоловікові-військовому». Насилля (словесне, фізичне) з боку чоловіків, в основному, відбувається в стані алкогольного чи наркотичного сп'яніння.

«Стикаючись із іншими жінками в бойових діях, скажем так я не завжди була рада цієї зустрічі, по одній простій причині, бо, ну якби це неприємно звучало, але деякі жінки приїхали туди дійсно когось підчепити. Дійсно приїхали показати шось, що не треба було показувати в цих умовах, бо це інше. Я розумію, що часто всіх інших так сприймають суто через таку категорію жінок. Є звичайно чоловіки, які ведуть себе супер по хамськи, ну тіпа вони ведуть себе так тут і вони себе ведуть так там – нічого не помінялось, вони які були, такі і є. Але через, ну я ж кажу, деяку категорію жінок, які з'являються, особливо якщо це жінки – кадрові військові, це страшно як для мене, чесно було. З цим, що я стикалась, це якби... ну от є жінки, які намагаються бути на рівні з чуваками, хлопці це плюс-мінус цінують, нормально сприймають. На рівні бути це не означає... да, іноді треба шось тягати, іноді треба шось робити на рівні, но це не означає, що ти повинна там пізніше десь в окремих промжутках треба підкреслено демонструвати, що ти жінка. Я вважаю, що на війні не приємливі такі речі ну як розплетене волосся, це ну блін, стадо голодних чуваків, це трошки не воно. Плюс там якісь відверто речі сексуального характеру, які там ну да, всяких там ти можеш в балахоні бути, а якщо комусь там шось приснитися – це його фантазія. Але якщо ти ну реально відверто – провокуєш. Да, є футболка, да, а є декольте. І це різні речі, і ти коли нахилиєшся перед чуваком, то це ну блін, ти ж розумієш, що в будь яких умовах, в цивільних умовах – ти привертаєш до себе увагу. Тут увага інша і це тіпа з легка не нормально. В зв'язку з цим була особисто у мене одна ситуація така, ми везли пораненого, він був досить тяжкий і ми його вже стабілізували нам недалеко його везти, але моя задача, щоб він не втрачав свідомість. Ми і співали і балакали і курили, кароче ми робили всьо що хоч, тільки не танцювали – йому не можна було. І я кажу, ну що тобі ще зробити, в мене

вже потік фантазії ісеяк, всьо. Поговори зі мною, скажи ну що ти ще хочеш. Він каже, можна я тебе ще за ціцьку візьму. Та бери хоть за дві, я все одно в броніку. Він так і їхав держучи мене за те місце, де теоретично повинні бути груди (сміється). І мені вже настільки стомлена була цим процесом, мені було все одно (сміється). Просто, ну як би в нормальних умовах, я би дуже агресивно на це все реагувала б. А тут, по-перше мені треба, щоби він не відїжджав, а по-друге, ну я в бронезилеті. Він каже, Господи... ну йому тіпа казалося шо все круто і мені казалося шо все круто, бо він трендить і розказує про шось і там згадує якісь там свої фантазії і тіпа Слава Богу, він доїхав. Ну якісь тіпа іноді такі ситуації бувають, або ж там ну бувають іноді курйоз... ну без юмора, гумора там не можна бо криша з'їде просто. І гумор такий іноді досить жорсткий, але ну всі звикаються і спокійно до цього ставляться» [8].

Тема мародерства, корупції, алкоголізму, наркоманії та інших девіацій в інтерв'ю розкривається респондентами вкрай рідко і неохоче. Гендерна нерівність і насильство є відкритими для обговорення з жінками-добровольцями, волонтерами, і навпаки, більш закритою для будь-яких дискусій з жінками із ЗСУ, Нац. гвардії. Жінки в АТО перебувають у добрій фізичній та професійній формі, а тому на передовій «ведуть бій» за свій вихід «із чоловічої тіні». Дотримання військової дисципліни опитані жінки, здебільшого, покладають на командирів частин. Ставлення до жінок, насамперед, формується на основі «позитивного чи негативного» ставлення до жінки в групі командирами. Хто є для них жінка – військова, яка виконує свої професійні обов'язки на рівні з чоловіками-військовими чи певний «тягар» для групи, якій не можна доручити виконання бойових завдань. Тобто мова йде про вже сформовані стереотипи в уявленнях чоловіків стосовно жінок-військових. Передусім, від їхнього ставлення до участі жінок у війні залежить у подальшому формування відносин офіцерського та неофіцерського складу групи. З іншого боку, опитані жінки відзначають, що більше чоловічої уваги вони отримують саме на передовій, а не у мирному житті. Залежно від того, яку модель поведінки обирає жінка в групі, таким і є до неї ставлення. Якщо жінка бачить себе в групі господинею, то на неї «лягають» відповідні обов'язки. Якщо жінка бачить себе у ролі снайпера, то вона буде домагатися того, щоб і інші члени групи визнали її професійні компетенції. «Вже за пів року з ними для одних була як сестра, для одних як мама, для старших була як дочка по різному мене називали хто Люда, хто Людмила, Людмила Іванівна, Іванівна...» [9].

У деяких з опитаних жінок на передовій з'являється особливий літературний талант, якого не було до перебування у зоні АТО. «Я не знаю інакшої задумки, в мене в голові крутилося, куча крові, куча зброї, багато смертей і я не знаю чи вийшло чи не і так пішло, вірш за віршом і так пішло, революційний настрої... Ну знаєте, має бути якась натхнення, то не так що я там сіла, знаєте як є там такі поети, я не знаю як вони там поділяються бо я ніколи не писала, в мене має бути якийсь поштовх і в мене всі такі, як почався Майдан були такі революційні, такі, з таким настроєм бойовим, і тут якщо мені щось треба задуматися, якусь зловити мить, якусь тему зловити і тоді ця думка починає розвиватися і тоді я викладаю, я пишу потім я собі щось корегую і таке в мене щось виходить, не знаю чи комусь там подобається чи не» [10].

Ті жінки, які ніколи не писали ані прозових, ані віршованих творів, розпочинають свою літературну творчість. Головно це патріотичні і ліричні твори. Вони залюбки їх

цитують під час інтерв'ю. Зі спогаду респондента: «Тому що як почався Майдан я ніколи спочатку не писала віршів, а потім як почали до нас возити хлопців мертвих в мене щось таке покликання саме в собі проснулося і я почала писати вірші... В 2014 році коли почались бої в нас загинув перший хлопчик з радіоцентру 22 роки радіотелеграфіст і наші потім приїхали і розказували як почали обстрілювати ми біжимо в броніках та касках четверо падаєм в окоп а встаєм троє в одного пів голови знесло просто з каскою і тоді я написала перший вірш «Ніч і сон» потім як почали їхати двохсоті я його присвятила всім і коли ти когось втрачаєш близького і тої людини нема я написала такий вірш

«Колисала мати сина у колисочці своїй,
підростав синочок гарний, мов ангелик золотий
та війна прийшла зненацька і забрала всіх синів.
Плаче ненька Україна ой не снилось таких снів.
Воював синочок довго і виконував наказ,
але куля вража й горда серце вразила в той час.
У труні сосновій чорній сина матері дали
мати плаче і ридає сина свого пригортає,
пригортає та голубить наче пташечка дитя
та відкриє очі знову, але сина вже нема.
Ой немає сина мого, мати знову вже заводить
і заводить і ридає та герої не вмирають.
Не вмирає Україна не вмере не загине
не одне життя піде за мир у країні» .

«Лягаєш спати і не знаєш чи знову зранку встану я
свою матусю обнімаю і згадую своє життя
дитинство, школу і навчання, і юність,
армію, сімю і їх не забуваю бо дуже сильно їх люблю.
Далеко є вони від мене війна підкралася здаля ,
скажи як витримати мені цю відстань наче небуття» [11].

Мы спим – а у них тяжелый бой – нехватка патронов, отсутствие связи.
Ты говоришь: айфон недостаточно крутой,
А в них всю ночь стреляют, мрази.
Ты жалуешься на недостаток внимания,
А они молятся, чтобы выжить в бою.
У тебя проблема – с девченкой расставание,
А им бы лишь еще раз увидеть семью.
Мы жалуемся на холод в квартире,
Когда они в окопе «трехсотого лагают».
Ты говоришь про несправедливость в мире,
А они на глазах одного в бою теряют.
Ты в клуб на машине с сигаретой во рту,
А у них на ужин пара картошек на семерых.

Они под градами стоят всю ночь на блокпосту,
Мечтая о том, как когда-то обнимут родных.
Они знают, что не все вернутся, но живут надеждой и идеей борьбы.
Тебе на учебу лень проснуться.
Они там, чтоб ты здесь не знал войны.
Вернутся ли оттуда – знает только Бог.
Они стоят плечом к плечу на страже правды.
Для них не существует привычных нам тревог.
Теперь их кровью заново перепишут уставы.
Уважай, не позорь их шаг за шагом.
Им не нужны почести, звания героев.
Они там, что б ты не знал войны отравы,
Они там, что б ты мирно спал дома [12].

Жіночі спогади частіше відтворюють обставини та деталі воєнного повсякдення. Не менш цікавими є розповіді жінок про продовольчі, матеріальні проблеми на передовій. Ніхто з жінок не згадує про недоїдання в АТО. Великою є допомога у цьому питанні волонтерів. Згадують однак про одноманітний раціон їжі, який призводить до надмірної ваги. Часто жінки-військові розповідають про допомогу волонтерів із жіночими засобами гігієни, одягом та іншими матеріальними речами, потрібними для них на фронті.

Відзначимо зміну цінностей жінок на мирній території та в зоні збройного конфлікту. Важливими на передовій стають довіра, взаємодопомога, солідарність, злагодженість групи. Тому жінки після повернення постійно проводять телефонні розмови з тими, хто залишився в АТО. Вони постійно намагаються бути «включеними» у життя групи, де перебували на службі чи їздили як волонтери.

«І потім останній тиждень, коли я їздила на передову, вдалося переночувати кілька ночей, командир каже тепер ти можеш гордитися що ти була на передовій, а там вже була така тривога що сепаратисти спостерігаються. І я кажу подзвонила вчителька першої дочки і каже: «Ой ви знаєте цілий клас пішов з уроків і ваша дочка з ними але я що вас нема ви там». І коли ти там просто думаєш, а я хотіла їй сказати, у нас хлопці помирають з червоними дипломами а ви тут мені за якусь дрібничку дзвоните, бо цілий клас пішов і моя дочка пішла з уроку, в цей момент вже немає значення ніякого. Тому трошки починаєш переглядати ці моменти по інакшому, ви її не сваріть а так говоріть щоб лишалася. По перше вона не може лишитися якщо цілий клас пішов і по друге такі дрібниці там, вони є зовсім не сумісні. Я сказала добре, дякую. Я як перше приїхала то дочку навіть не сварила а спитала: Діана було таке, а вона сказала: так було. Просто ти там розумієш які то дрібниці і як люди живуть дрібницями, що є моменти набагато страшнішими в житті. Коли ти спиш цілу ніч в берцях і думаєш, а вдруг це остання, так що я можу сказати що найкращий вчитель то життя, його уроки неможливо прогуляти. Все можна придбати а в житті неможливо прогуляти уроки. І тепер як я тут знаходжуся, в мене прапор є вдома, висить в залі і я завжди на нього дивлюся і там є така фраза « Спогади найкращий мій скарб, їх ніхто не може вкрасти.» Ну я приїхала і може тепер по-інакшому трохи дивлюся, я навіть розучилася... вдіватися і по харак-

теру я дуже правильна в житті і то тяжко через себе, бо ти чимось переймаєшся, і то тяжко переносити такі важкі моменти бо то всяке буває, бо ти починаєш переживати за кожного. І навіть мої хлопці казали, що вас так на довго не хватить, якщо ви так всьо через себе будете перепускати, через серце, дивіться трошки по інакшому. Воно так не отримується, все ж таки жінка, до когось більше прив'язуєшся, когось більше шкодуєш і коли щось стається то важко переживаєш» [13].

Окремо виділимо тему жіночого страху в зоні бойових дій, як жінки воюють і перемагають свої страхи. «В принципі, я думаю, що кожна людина якийсь страх відчуває. Якісь є моменти, що страх, що відчувається страх. Але знову ж таки я скажу, що свій страх (сміх), мені здається, що я загубила десь ще не знаю коли, в дитинстві. І я розумію то, що на всьо є воля Божа. І в першу чергу страх. Знаєш, є такий, такий один віршик. От. То така моя знайома написала. В неї було таке, каже, як провидіння. На рахунок страху. І я думаю, що, що то є дуже сильні слова, дуже сильно сказані. І, і я думаю, що ну, реально, що воно відповідає дійсності. Такий.

Страх то сильне відчуття
Бійтесь страху, то не я
Хто боїться – той без віри,
А хто вірить – має я.

... Маленький коротенький віршик. Слова такі ніби цей во. Але він дуже глибокий, дуже, кажу. І він мене вже досить довгий період, він мене супроводжує той, так чось запали ті слова глибоко так в душу. І я думаю, що якщо, кажу, якщо людина вірить, якщо людина ну, скажем так, я, в мене дуже багато знайомих, принаймні, таких ну, як знайомих, знайомих людей просто, з якими стикалася колись в життю. О. Що були такі моменти, що я знаю, що вони відкупилися від армії. І буквально за кілька місяців тих людей не стало в живих. Один в аварію попав, другий по хворобі. О. І сказати, що страх, то страх може бути що там, що тут. В принципі, ті моменти, навіть я б сказала, що вони мене дуже сильно підштовхнули йти туди. Я і, звичайно, мене ніхто не заставляв. Я не, я не йшла по повістці. Я вже по роках, вже мене взагалі могли не чіпати. Тим більше, що діти є, що цей во, що я розуміла то, що я лишаюся взагалі поза зоною, як то кажуть, того поразення, що, тобто, мене ні в якому цей во. Що в мене тільки один вихід якщо йти, то йти добровільно. Інакше я би туди просто не попадала. І тому, кажу, тому страх то є поняття дуже широке ...» [14].

Тема страху з'являється в розповідях чотири рази. Перший раз – виїзд в АТО, «страх перед невідомим». «Я казала, якщо я маю загинути я загину, – я не боялася смерті, я вам чесно кажу. І коли я виїхала, я їхала не знаю куди і не знаю за що, ми їхали вночі в лютому, 22 лютого по тривозі нас зібрали, ми виїхали ешелонним поїздом, тиждень ми майже їхали» [15]. Другий раз – це страх від обстрілів. Багато з респонденток розповідає про порушення сну, постійну втому від безсонних ночей під обстрілами.

«Мене покладали туди і прокинулись ми від того, що почався обстріл градами, мене присипало землею, ну нас, якби всіх трошки поприсипало і я пам'ятаю цей такий гидкий ліпкий страх, який... ну його неприємно усвідомлювати в собі. Я рада, що в мене не було ступора, що там не завмерли, що робили те що треба було робити, але так гидко, що тебе... всьо як в підручнику описано, тебе трусить, такий, тобі наче холодно

і ти не можеш нагрітися, ти розумієш, що тобі сують в руки автомат, ну це круто, а що ти блін, він тобі до сраки той автомат (сміється) коли в тебе... в тебе реально земля підскакує і ти розумієш, що то що летить тобі, ти йому нічого не зробиш, всьо... Ну є і є, я не соромилась тої реакції. І... як би... після Сір'ожиного випадку, ну цього, який Сір'ожа баран і був п'яним і спав так, я зрозуміла, що власне, ну зовсім неважливо, чи я на тобі бронижелет, чи нема, чи щось іще, но твоя куля від тебе явно нікуди не дінеться... Просто розумію, що ну страх виникає, липкий, гидкий, ти від нього не можеш здихатись з одного боку, а з іншого боку ти просто, ну ти розумієш, що від свого ну ти нікуди не дінешся. Не важливо де це буде, ну вдома, чи десь іще, ну треба тобі вижити – ти виживеш, там треба, бійці з такими несумісними з життям пораненнями, але вони виживали, бо ну от так треба було їм вижити і по іншому не можна назвати. Є якась їхня особиста мотивація, є якась Божа сила, ще щось, ну неважливо як це називається, є і всьо, ну і люди живі» [16].

Втретє респонденти говорять про страх перед полонем. Жодна з наших респондентів не була у полоні. Однак усі опитані жінки розповідають про нього в інтерв'ю як справжню реальність, яку комусь з далекого оточення довелося пережити і це для них є реальним фактом. Респондентки вже створили певний образ, як виглядає полон для жінок, які воюють на передовій. Полон – це знуцання, голод, насильство і фізичне, і моральне, це свого роду, пекло, куди не треба і важливо не потрапити. Треба діяти таким чином, щоб вберегтися від полону за будь-яку ціну. Меншою мірою жінки бояться обстрілів, аніж полону. «Відчуття страху? Тяжко сказати було воно чи не було. Не було часу, коли над цим задумуватися. Можливо, коли вже хтось таку паніку наганяв. В мене хіба-що було відчуття страху – не потрапити в полон, а більше я нічого не боялася» [17].

Учетверте, страх з'являється, коли згадують поранених «двохсотих» і загиблих «тр'охсотих». Майже у кожному інтерв'ю є спогади про поранення чи втрачені побратимів. У спогадах немає страху за своє особисте життя. Більшість у цьому покладається на віру в Бога.

Життя щоб пережити – довгу ниву треба перейти
На ній пройти і звершення, і ями.
Та все життя людини з висоти
Керується і злими, і богами.

Оступиться людина, падає вниз
І топчеться у липкому болоті.
Та вийшовши нагору знову враз
Скупається у сріблі і у золоті.

Зневіра в серці знову унизу
Промінчик віри ще раз піднялася
Та дотягнутися до висоти святих
Для смертних наших ще ніяк не вдасться.

Бо віра в нас як макове зерно
Бо в серці злоба, нелюбов панує
І лиш для тих, хто увійде в любові стремено
Бог радість, віру і надію подарує [18].

Окремо в інтерв'ю звучить тема налагодження контактів з місцевим населенням. Більшість респонденток відзначили недовірливе ставлення місцевого населення до себе, і, відповідно, також вони самі недовірливо ставилися до місцевого населення.

«Ну ми спілкувалися, але спочатку ми також остерігалися тому що люди всякі, є так як і в нас і ми насторожено дивилися на них, вони на нас, але є люди, які самі приходили до нас і дякували що ми там стоїмо, що їм так безпечніше коли є тут частина. Так розказували що жили в підвалах по півроку коли їх обстрілювали, Лисичанськ, там населення є яке добре до нас відносилось і яке погано. Були такі, які казали а зачєм ви сюда приїхали нам нужен руський мір а що ви тут робите, ну всякі. Навіть на День Незалежності, коли ми виїжджали в місто то одні хлопали нам і махали руками, а інші кулаками, всяке було, там не можна сказати що 50 на 50. Була там така сусідка що помагала і хлопцям форму прати, то там говорили що її обзивали всяко, що вона підтримує українське військо. Чому вона ту форму пере і вішає на дворі, і так навішає на дворі цілі шнурки, то трохи опасно і всяке» [19].

«...такий любітельський вертеп організували і їздили по Бахмуті. Досить цей во. Ну, що можливо, що можна, що можна було цей во. Дуже часто в нас в госпіталі проходилися, запровадили були такі кавові зустрічі. І раз в місяць, раз в місяць старалися. І обговорювали там, наприклад, виносили тему якусь, якоїсь певної книжки чи певного автора, чи певної цей во. І от люди собі там цей во ... Запропонували їм. Старалися якихось українських письменників чи українських поетів там цей. І приходили місцеві, там ті місцеві активісти. Підтягували людей. Було таке, що було 10 чоловік. Було таке, що було і до 50-ти чоловік. Як коли. Як хто міг. Але старалися таким чином просто підняти трошки якийсь рівень ну, націоналізму, якщо можна так сказати. Тому, що тому, що там то потрібно. До дітей ходили. Звичайно, до дітей кілька раз було таке, що ходили на типа там з вчителями деякими так дружили. Так само волонтерами, які помагали, помагають. І от вони кажуть, може би ми так організували такий типа урок. Там шось розкажете дітям, шось цей во. Були такі діти, наприклад, в 11 класі було так 2, в двох 11 класах. В один прийшли, потім в другий прийшли. І на одному, один, відчувалася така якась холодність від дітей. Реально такий, така настороженість. Діти так сиділи і ну, сприймали, слухали, взагалі слухали уважно, не перебивали, не цей во. Ну, скажем так, така культура спілкування була висока. Але відчувалася така відчуженість тих дітей від зовсім ну, тобто, ти розумів, що, що діти з зовсім другого світу. І коли, наприклад, прийшли в другий клас. Той же ж 11-й, але паралельний клас. Коли спілкувалися з тими дітьми, діти і якісь питання задавали, і шось їх цікавило, шось вони там, шось то, шось то. Після уроку "а можна ми з вами сфотографуємся?". Тобто, не примусово, не цей во. Вони то самі. Зовсім була інакша атмосфера, зовсім інакша. І кажемо от, яка різниця, поясніть нам цей во? Ну, це діти були, скажем так, еліти, клас, діти одного класу батьків. А це були діти більш простого населення. Дуже велика різниця в тому

відчувалася. Так знаєш, енергетично ти відчував, що ти зовсім в другому кориті... І чисто так ну, як, як то в кінці вже зустрічі цей во, кажу “діти, я вам хочу такий невеличкий подарок зробити. Хай Матір Божа вас оберігає впродовж вашого життя цей во”. Я просто ну, не подумала. Тут, напевне, у Львові я б навіть не задумалася. Тут діти би нормально то всьо сприйняли. Там, коли я то цей во і я роздала дітям ті образочки, ті медальйончики я роздала. А вчителька зразу тут же ж вона встала і каже “діти, кому той образочок не потрібний, я вас дуже прошу, ви не викидайте, ви поставте мені на стіл”. Правда, з цілого класу, то було перший раз я зробила цей во, другий раз я вже то свідомо зробила в тому ж другому класі. Але той перший раз, як то кажуть, був уроком для мене тому, що я просто не думала, що хтось може відмовитися, розумієш...» [20]

Болючою для респонденток виявилася тема повернення до мирного життя. Суспільство не завжди готове розуміти жінок з воєнним досвідом. Жінки часто «відвойовують» статус Учасника бойових дій (далі- УБД). Повертаючись фізично додому, психологічно їх «затягує війна». Вони часто спілкуються з побратимами, які залишилися на передовій. Тому це дуже часто є тою причиною, через яку жінки повертаються в АТО.

«Я взагалі не шукаю контактів ні з ким. Я, коли повернулася з демобілізації, я мала таку трошки депресію, що вже все – крах. Мені не хотілося ні ходити, мені не хотілося нічого. Я їсти не варила, не прибирала, нічого, тільки думала, як то буде далі. Але нічого, той період перейшов. Їздимо до коліжанки на полігон, відвідуємо її. Можливо, буду десь влаштуватися. Якщо получится з друзями зробити щось своє, то взагалі буде ідеальний варіант. Якщо ні, то десь всі разом прилаштуємося, щоб робити далі свою роботу... Чому, коли жінка на війні – вона має бути або жінкою легкої поведінки, або алкоголічкою. Я тоже хочу виглядати гарною. Повернулася з війни. Трошки привела себе в порядок. Я завжди виглядала гарно, навіть ті дівчата, які були біля мене, всі гарно виглядали: і волосся одна одній фарбували і стригтися ходили. Манікюр там мати нереально, тому що, самі розумієте, пістолети, автомати, бруд, пісок, обморожені руки, але всі старалися гарно виглядати. Після того мені соромно показати посвідчення, щоб не задавали дурних запитань «Що ти там робила в АТО?» [21]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архів усної жіночої історії при Лекторії Союзу Українок Америки (далі – СУА) Українського католицького університету (УКУ). Зашифровано: WLK – Women – Lesya Kuzyk Project, 0XX – загальний код інтерв’ю і відповідного транскрипта. Інтерв’ю WLK 16 (Людмила, 1979 р. н., запис інтерв’ю 22.10.2016).
2. «Суспільні злами і поворотні моменти: макроподії крізь призму автобіографічної розповіді»: Матеріали Міжнар. наук. конф., [м. Львів] 25–26 вересня 2014 р. / [Упорядники: О. Р. Кісь, Г. Г. Грінченко, Т. Пастушенко]. – Львів : Інститут народознавства НАН України, 2014. – 284 с.
3. Тепер жінки можуть займати більше посад в армії // <http://www.mil.gov.ua/diyalnist/genderni-pitannya-u-sferi-bezpeki/teper-zhinki-mozhut-zajmati-bilshe-posad-v-armii.html>
4. Через АТО пройшло шість тисяч жінок // <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/2349421-cerez-ato-vze-projsli-sist-tisac-zinok.html>

5. Зараз в українській армії служать близько 20 тисяч жінок // <https://ua.censor.net.ua/n435740>
6. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B9_%D0%91%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%B9%D0%BE%D0%BD
7. Інтерв'ю WLK 16 (Людмила, 1979 р. н., запис інтерв'ю 22.10.2016)
8. Інтерв'ю WLK 14 (Наталія, 1983 р. н., запис інтерв'ю 30.09.2016)
9. Інтерв'ю WLK 16
10. Інтерв'ю WLK 16
11. Інтерв'ю WLK 16
12. Інтерв'ю WLK 01 (Ірина, 1993 р. н., запис інтерв'ю 8.08.2016)
13. Інтерв'ю WLK 16
14. Інтерв'ю WLK 10 (Мирослава, 1970 р. н., запис інтерв'ю 31.08.2016)
15. Інтерв'ю WLK 16
16. Інтерв'ю WLK 14
17. Інтерв'ю WLK 07 (Наталія, 1977 р. н., запис інтерв'ю 12.08.2016)
18. Інтерв'ю WLK 10
19. Інтерв'ю WLK 03 (Наталія, 1978 р. н., запис інтерв'ю 30.08.2016)
20. Інтерв'ю WLK 10
21. Інтерв'ю WLK 07.

REFERENCES

1. Arhiv usnoji zhinochoji istoriji pry Lektoriji Sojuzu ukrajinek Ameryky Ukrajinskogo katolyckogo universytetu [Archive of Oral History of Women at the Lecturer of the Union of Ukrainian Women of the Ukrainian Catholic University]. Zashyfrowano: WLK – Women – Lesya Kyzuk Project, OXX – zagalnyj kod intervju I transkrypta. Intervju WLK 16 (Ljudmyla, 1979 r. n., zapys interwju 22.10.2016).
2. «Suspilni zlamy I povorotni moventy: makropodiji kriz pryzmu avtobiografichnoji rozpovidi» [Societal changes and turning points: macro events through the prism of autobiographical narrative] : Materialy mizhnar. Nauk konf., [Lviv] 25–26 veresnya 2014 r. / [Uporyadnyky: O. R. Kis, G. G. Grinchenko, T. Pastushenko]. – Lviv : Instytut narodoznavstva NAN Ukrainy, 2014. – 284 s.
3. Teper zhinky mozhat zajmaty bilshe posad v armiji [Now women can take up more positions in the army] Available at: <http://www.mil.gov.ua/diyalnist/genderni-pitannya-u-sferi-bezpeki/teper-zhinki-mozhut-zajmati-bilshe-posad-v-armii.html>
4. Cherez ATO projshlo shist tysyach zhinok [Six thousand women went through the ATO] // <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/2349421-cerez-ato-vze-projsli-sist-tisac-zinok.html>
5. Zaraz v ukrajinskij armiji sluzhat blyzko 20 tysyach zhinok [Now in the Ukrainian army are about 20 thousand women] // <https://ua.censor.net.ua/n435740>
6. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%B9_%D0%91%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%B9%D0%BE%D0%BD
7. Interview WLK 16
8. Interview WLK 14
9. Interview WLK 16
10. Interview WLK 16
11. Interview WLK 16

12. Interview WLK 01
13. Interview WLK 16
14. Interview WLK 10
15. Interview WLK 16
16. Interview WLK 14
17. Interview WLK 07
18. Interview WLK 10
19. Interview WLK 03
20. Interview WLK 10
21. Interview WLK 07.

Стаття надійшла до редколегії 12.06.2017

Прийнята до друку 17.08.2017

REPRESENTATION OF ARMED CONFLICT ON THE EAST OF UKRAINE IN WOMEN BIOGRAPHIC INTERVIEWS

T. Lalan

*Ivan Franko Lviv National University of Lviv,
Universytetska Str. 1, Lviv, Ukraine, 79000,
tetianalap@yahoo.com*

In the article it is described preliminary conclusions on the basis of the project «In Memory of Lesya Kyzuk Research Project in Oral History: Ukrainian Women in the Military Conflict in Eastern Ukraine» (2014–2016). The emphasis is on women's participation in the war in the East of Ukraine. The project was implemented within the framework of women's oral historiographical studies. There were made efforts to analyze the «autobiographical memory» of women who were in the zone of armed conflict. The discovery of motivational factors in the involvement of women in armed conflict in the East of Ukraine was an important aspect of the study. The author analyzes the various groups of women participating in the modern Ukrainian-Russian war. Conditions of women staying on the front are considered. Particular attention is paid to the issue of literary creativity of women in the area of military action. Women's memories often reproduce the circumstances and details of wartime everyday life. Equally interesting are the stories of women about food, material problems on the front line. None of the women mention malnutrition in ATO due to the help of volunteers. However, they recall a monotonous diet, which leads to overweight. Often, women soldiers tell about the help of volunteers with women's hygiene products, clothing and other material things needed for them at the front. We note the change in the values of women in the peaceful area and in the zone of armed conflict. Trust, mutual help, solidarity, coherence of the group become important on the front line.

Key words: oral history, women's history, volunteers, combat actions, volunteers, biographical interviews, «autobiographical memory».

ВИМОГИ

до оформлення статей, які подають для опублікування у збірнику «Вісник Львівського університету. Серія соціологічна»

Редакція «Вісника Львівського університету. Серія соціологічна» запрошує до співпраці вчених, викладачів, аспірантів, спеціалістів у галузі історії та теорії соціології, соціологічних досліджень посткомуністичних трансформацій у політичному та соціокультурному вимірах.

При відборі статей надаватиметься перевага тим, що використовують широкий спектр соціологічних методів, простежують динаміку соціальних явищ (трендові та лонгїтюдні дослідження) та присвячені таким темам:

- соціальні чинники загострення проблем тероризму та міжнародних конфліктів;
- міжнародна міграція у контексті соціокультурних кордонів та географічних уявлень;
- процеси культурної дифузії та акультурації;
- вектори і динаміка цінностей українського суспільства;
- динаміка форм політичної участі та громадсько-політичного активізму;
- соціокультурні аспекти інституційної трансформації та реформ;
- соціальні взаємодії у вимірах довіри, толерантності, мілітаризації, ксенофобії, популізму;
- соціальний 2иис2т

Технічні вимоги до оформлення статей:

1. Шифр/індекс (бібліографічні показники) УДК (ліворуч).
2. Ініціали та прізвище автора/авторів.
3. Назва статті (великими літерами).
4. Місце праці автора/авторів (офіційна назва установи, організації), адреса для листування звичайною і електронною поштою.
5. Анотація статті українською мовою (не менше однієї сторінки).
6. Ключові слова (3–4).
7. Текст статті (до 40 000 знаків).
8. Бібліографічні посилання (та References) подаються в кінці статті (розмір символів (кегель) – 12, інтервал – 1). Перелік літературних посилань наводиться за алфавітом, а не за порядком згадування у тексті. Перелік посилань наводиться згідно з вимогами Chicago Style for Students & Researchers (Turabian style): http://www.press.uchicago.edu/books/turabian/turabian_citationguide.html
9. Прізвище автора, назва статті, анотація статті англійською мовою, ключові слова англійською мовою (не менше 3000 знаків).
10. Супровідна сторінка: відомості про автора/авторів (прізвище, ім'я, по батькові, адреса, телефон, факс, e-mail, місце роботи, посада, науковий ступінь, вчене звання).

При наборі тексту треба дотримуватися таких правил:

- 1) вимкнути «перенос»;
- 2) відступ першого рядка кожного абзацу робити не «пропусками», а автоматично через меню Microsoft Word (Формат – Абзац – виступ на першій сторінці);
- 3) рисунки та діаграми повинні бути зроблені у додатку до Microsoft Word – Microsoft Graph;
- 4) відстань між словами – не більше одного пропуску; зайві пропуски між словами уніфікувати.

Статті надсилати на адресу:

Львівський національний університет імені Івана Франка,
кафедра історії та теорії соціології, ауд. 318,
вул. Університетська, 1,
м. Львів – 79000.

Електронна адреса: sociology_chair@yahoo.com, oldemkiv@gmail.com

З приміткою: «Редколегії Вісника Львівського національного університету. Серія соціологічна».

Контактна особа: Демків О. Б.

Електронна адреса: oldemkiv@gmail.com

тел. моб.: 093 323 70 79, тел. роб.: (0322) 39 42 80.

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНА СОЦІОЛОГІЯ:

КОНСТРУЮВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ

<i>Варга Н. І.</i> Соціальна природа і наслідки неформальної зайнятості населення	3
<i>Князьков С. Г.</i> Інструментарій соціологічного вивчення фармації: апробація міжнародних інструментів виміру компетентності фармпрацівників.....	14
<i>Новосад К. Я.</i> Міграція населення у міждисциплінарному та соціологічному вимірі.....	30

КУЛЬТУРА, ЦІННОСТІ, ІДЕНТИЧНОСТІ

<i>Савка В. Є., Школяр М. В.</i> Нові ідентичності: реальність плюралістичного суспільства, чи гра на розкол?	45
<i>Володько В.В., Ровенчак О. А.</i> Особливості соціокультурної адаптації українських іммігрантів у США.....	64
<i>Прокопишин Т. Д.</i> Соціальні аспекти впровадження нових форм медіа-практик у сучасному українському суспільстві.....	82

СОЦІОЛОГІЯ ОСВІТИ ТА МОЛОДІ

<i>Москаленко Л. М.</i> Тенденції розвитку неформальної освіти в Україні (за результатами соціологічного дослідження)	96
<i>Біскуп В. С., Демків О.Б.</i> Нова кар'єра: індивідуальні чинники подолання прекаризації	117

ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Рущенко І. П.</i> Російсько-українська війна: міжцивілізаційна складова конфлікту..	131
<i>Лапан Т. Д.</i> Репрезентація збройного конфлікту на сході України в жіночих біографічних інтерв'ю	148
Вимоги до авторів «Вісника Львівського університету. Серія соціологічна»	168

CONTENTS

THEORETICAL SOCIOLOGY: DESIGNING THE ANALYTICAL TOOLS

<i>Diachuk O. A.</i> Electronic commerce as a social phenomenon.....	3
<i>Knyazkov S. G.</i> Neo-institutionalism as a theoretical and methodological basis for the sociological research of pharmacy	14
<i>Kononchuk O. G.</i> Global-local dimension in the concept of sustainable development.....	30

CULTURE, VALUES, IDENTITIES

<i>Balasanian V. G.</i> Local identity as a mechanism of solidarization of citizens in a large city (the example of Odessa).....	45
<i>Blikhar M. P., Pachkovskyy Y. F.</i> To the problem of spiritual values in sociological discourse.....	54
<i>Andrejchuk S.K., Kohut V. I., Morushko O. O.</i> The relations of reader and books in contemporary cultural environment	71
<i>Fedoryshyn O., Kozachenko O.</i> Special aspects of representations of masculine images: the discourses of modern television advertising (through the example of Ukraine, Russia and Poland)	80

SOCIOLOGY OF EDUCATION AND YOUTH

<i>Gordienko N. M.</i> Reputation of boarding schools as teaching and educational institutions (basing on social research).....	92
<i>Kalynyak O. T., Kozachenko O. O.</i> Legitimataton of the higher educational institutions in internet-networks: propositions of Ukrainian universities.....	103
<i>Срочинська М.</i> Нормативний вимір інтимності шлюбно-сімейних відносин в оцінках польських студентів.....	114

POLITICAL MIMENSION OF UKRAINIAN SOCIETY

<i>Bilous Y.V.</i> Identification of ideological representation in mass consciousness: content analysis of Euromaidan slogans.....	127
<i>Prokhorova A. A.</i> Motives for participation of individuals in the protest events of Maidan (2013–2014).....	143
<i>Демків О.Б.</i> Конативні аспекти громадянської ідентичності: вплив релігійного та конфесійного чинників.....	153

HISTORICAL MEMORY AND HISTORICAL POLITICS

<i>Lapan T. D.</i> Representation of armed conflict on the east of ukraine in women biographic interviews.....	164
---	-----

The requirements to the contributors to the «Visnyk of university of Lviv. Series sociology»	177
---	-----

ISSN 2078-144X

Серія соціологічна. Випуск 11

ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія соціологічна

Випуск 11

Львівський національний
університет імені Івана Франка
2017