

ISSN 2077-5105

(print)

ISSN 2079-1771

(on-line)

Український соціологічний журнал № 1–2
Украинский социологический журнал
Ukrainian Sociological Journal **2015**

Наукове та інформаційне видання

Заснований 2008 року

Випуск 13-14

Український соціологічний журнал

Наукове, інформаційне видання
Заснований 2008 року

Випуск 13-14 (№ 1 – 2/2015)

Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (протокол № 14 від 28 грудня 2015 р.)
Засновники журналу:
Соціологічна асоціація України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Головний редактор – Бакіров В. С. – академік НАН України, д-р соціол. наук, професор, Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна;

Заступник головного редактора – Сокурянська Л. Г. – д-р соціол. наук, професор, Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна;

Відповідальний секретар – Субота М.М. – к. соціол. наук, Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Редакційна колегія:

Гаспаріні А. – д-р соціол. наук, професор, Інститут міжнародної соціології м. Гориція, Триєстський університет, Італія;
Герпфер К. – д-р політ. наук, професор, Королівський коледж (Університет Абердіна), Великобританія;
Головаха Є. І. – д-р філос. наук, Інститут соціології НАН України;
Корпорович Л. – д-р соціол. наук, професор, Ягеллонський університет, Польща;
Куценко О. Д. – д-р соціол. наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка;
Туманов С. В. – д-р філос. наук, професор, Московський державний університет імені М.В. Ломоносова, Росія;
Філліпс С. – професор антропології, Університет Індіани, США;
Хижняк Л. М. – д-р соціол. наук, професор, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;
Черниш Н. Й. – д-р соціол. наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка.

Редакційна рада випуску:

О. Балакірева (Київ), Л. Білоконь (Миколаїв), В. Бурега (Донецьк), А. Вальчук (Хмельницький), В. Ворона (Київ), М. Гоманюк (Херсон), А. Горбачик (Київ), В. Городяненко (Дніпропетровськ), Е. Гугнін (Запоріжжя), О. Дейнеко (Харків), Л. Дудко (Черкаси), В. Євтух (Київ), О. Кириленко (Рівне), Н. Коваліско (Львів), Л. Кондратик (Луцьк), В. Кривошеїн (Дніпропетровськ), Р. Куртсеїтов (Сімферополь), О. Лісеєнко (Одеса), Л. Ляпіна (Миколаїв), О. Максимович (Івано-Франківськ), К. Михайлова (Харків), Б. Нагорний (Луганськ), В. Паніотто (Київ), О. Пелін (Ужгород), С. Романенко (Одеса), І. Рущенко (Харків), С. Хобта (Луганськ), О. Ходус (Дніпропетровськ), Н. Цимбалюк (Київ), А. Шатохін (Умань), С. Щудло (Дрогобич), В. Пержун (Чернівці).

Зв'язок з редакцією:

УКРАЇНА, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 6; телефон (+38-057) 707-52-37, (+38-057) 707-54-90; факс (+38-057) 714-14-08; e-mail: socjour@gmail.com;
сторінка журналу на сайті Соціологічної асоціації України: <http://www.sau.kiev.ua/magazine.html>

Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 15098-3670Р від 05.03.2009

ЗМІСТ

Юлія Ємельянова (Луцьк) Соціально-філософська та соціологічна інтерпретація суспільних змін на зламі XX-XXI століть	6
Ксенія Кізілова (Харків), Кристіан Херпфер (Відень, Австрія), Олександр Кізілов (Харків) Щастя, задоволеність життям та благополуччя населення у перехідних суспільствах	16
Оксана Даниленко (Харків) «Той, що повертається додому» в сучасній Україні: постановка проблеми	28
Ігор Рущенко (Харків) Феномен «двох Донбасів»: вектори розвитку колективної свідомості населення різних частин Донбасу в умовах гібридної війни.....	34
Олексій Мусієздов (Харків), Олена Халіна (Харків) Місто як середовище формування постмодерних цінностей: теоретичне обґрунтування гіпотези	44
Федір Шандор (Ужгород) Новий соціально-економічний бренд «Карпати» у контексті розвитку індустрії туризму в країнах Центральної та Східної Європи.....	51
Антон Пасісниченко (Харків) Європейська ідентичність в академічному дискурсі: конструювання космополітичного образу Європи.....	56
Олена Шинкаренко (Мелітополь) Інтегровані маркетингові комунікації в електоральному маркетингу	61
Анастасія Битко (Запоріжжя) Теоретичні засади соціологічного дослідження політичного дискурсу.....	66
Віктор Городяненко (Дніпропетровськ) Соціальна деструктивність: види, механізми та фактори актуалізації.....	71
Оксана Гаврилік (Мінськ, Республіка Білорусь) Соціокультурні норми регулювання грошових відносин: історія і сучасність.....	75
Оксана Ковтун (Запоріжжя) Механізми конструювання реклами патріотизму на основі матриці символічного простору любові.....	83
СОЦІОЛОГІЧНА ОСВІТА	
Іда Ковальова (Харків) Про деякі особливості підготовки та викладання навчального курсу «Соціологія тіла».....	91
НАУКОВЕ ЖИТТЯ	
«Соціальна відповідальність соціології: актуальні виклики» («круглий стіл» в рамках XIX Міжнародної наукової конференції «Харківські соціологічні читання»).....	98
СОЦІОЛОГІЧНА АСОЦІАЦІЯ УКРАЇНИ: НОВИНИ, ПОДІЇ, ПЛАНИ	
Звітна доповідь Президента Соціологічної асоціації України В. Бакірова VIII з'їзду САУ (24 квітня 2015 р.).....	109
Представляємо нове відділення Соціологічної асоціації України.....	116

CONTENTS

Yuliia Emelianova (<i>Lutsk</i>) Socio-philosophical and sociological interpretation of social change at the turn of XX-XXI centuries	6
Kseniya Kizilova (<i>Kharkiv</i>), Christian Haerpfer (<i>Vienna, Austria</i>), Oleksandr Kizilov (<i>Kharkiv</i>) Population happiness, life satisfaction and well-being in transitional societies	16
Oksana Danylenko (<i>Kharkiv</i>) «The Homecomer» in the modern Ukraine: problem statement.....	28
Igor Rushchenko (<i>Kharkiv</i>) The «two Donbasses» phenomenon: the vectors of collective consciousness development of Donbass different parts` population in conditions of the hybrid war.....	34
Musiyezdov Olexsiy (<i>Kharkiv</i>), Khalina Helen (<i>Kharkiv</i>) The city as an environment for postmodern values formation: theoretical ground of a hypothesis.....	44
Fedir Shandor (<i>Uzhhorod</i>) New socio-economic brand «Carpathians» in the context of tourism industry development in countries of Central and East Europe.....	51
Anton Pasisnychenko (<i>Kharkiv</i>) European identity in the academic discourse: constructing a cosmopolitan image of Europe.....	56
Olena Shinkarenko (<i>Melitopol</i>) Integrated marketing communications in electoral marketing	61
Anastasiia Bytko (<i>Zaporizhia</i>) Theoretical bases of the sociological study of political discourse.....	66
Viktor Gorodyanenko (<i>Dnipropetrovsk</i>) Social destructiveness: types, mechanisms and factors of actualization.....	71
Oksana Gavrilik (<i>Minsk, Republic of Belarus</i>) Sociocultural norms regulation of money relations: history and present.....	75
■ Oksana Kovtun (<i>Zaporizhia</i>) Mechanisms of design patriotic advertising based on the matrix of symbolic space of love	83
■ ..	
SOCIOLOGICAL EDUCATION	
■ Ida Kovaleva (<i>Kharkiv</i>) Some features of the «Sociology of the body» course preparation and teaching	91
ACADEMIC LIFE	
■ «Social responsibility of sociology: current challenges» («round table» within the framework of XIX International scientific conference «Kharkiv sociological readings»).....	98
THE SOCIOLOGICAL ASSOCIATION OF UKRAINE: NEWS, EVENTS, PLANS	
The Report of the Sociological Association's of Ukraine President V. Bakirov at VIII Meeting of SAU (24 th of April, 2015).....	109
Introducing the Sociological Association's of Ukraine new department.....	116

СОДЕРЖАНИЕ

Юлия Емельянова (Луцк) Социально-философская и социологическая интерпретация общественных изменений на рубеже XX-XXI веков.....	6
Ксения Кизилова (Харьков), Кристиан Херпфер (Вена, Австрия), Александр Кизилев (Харьков) Счастье, удовлетворенность жизнью и благополучие населения в переходных обществах.....	16
Оксана Даниленко (Харьков) «Возвращающийся домой» в современной Украине: постановка проблемы	28
Игорь Руценко (Харьков) Феномен «двух Донбассов»: векторы развития коллективного сознания населения различных частей Донбасса в условиях гибридной войны.....	34
Алексей Мусиездов (Харьков), Елена Халина (Харьков) Город как среда формирования постмодерных ценностей: теоретическое обоснование гипотезы.....	44
Федор Шандор (Ужгород) Новый социально-экономический бренд «Карпаты» в контексте развития индустрии туризма в странах Центральной и Восточной Европы.....	51
Антон Пасисниченко (Харьков) Европейская идентичность в академическом дискурсе: конструирование космополитического образа Европы.....	56
Елена Шинкаренко (Мелитополь) Интегрированные маркетинговые коммуникации в электоральном маркетинге	61
Анастасия Битко (Запорожье) Теоретические основы социологического изучения политического дискурса	66
Виктор Городяненко (Днепропетровск) Социальная деструктивность: виды, механизмы и факторы актуализации	71
Оксана Гаврилик (Минск, Беларусь) Социокультурные нормы регуляции денежных отношений: история и современность	75
Оксана Ковтун (Запорожье) Механизмы конструирования рекламы патриотизма на основе матрицы символического пространства любви.....	83
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ	
Ида Ковалева (Харьков) О некоторых особенностях подготовки и преподавания учебного курса «Социология тела».....	91
НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ	
«Социальная ответственность социологии: актуальные вызовы» («круглый стол» в рамках XIX Международной научной конференции «Харьковские социологические чтения»).....	98
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ АССОЦИАЦИЯ УКРАИНЫ: НОВОСТИ, СОБЫТИЯ, ПЛАНЫ	
Отчетный доклад Президента Социологической ассоциации Украины VIII съезда САУ (24 апреля 2015 г.).....	109
Представляем новое отделение Социологической ассоциации Украины.....	116

Юлия Емельянова

доктор философских наук, доцент, профессор кафедры социологии и социальной работы
Восточноевропейского национального университета имени Леси Украинки

Yemelianova Yuliia

PhD in Philosophy, Associate Professor Professor at Department of Sociology and Social Work
Lesya Ukrainka Easter European National University

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКАЯ И СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ на рубеже XX-XXI веков

В статье представлен анализ теоретических и методологических основ изучения социального мира в эпоху перехода к постнеклассической науке и философии. При этом автор обращается к творчеству таких философов и социологов, как З. Бауман, М. Мамардашвили, Р. Рорти, Э. Гуссерль, А. Шюц, Дж. Александер, Э. Гидденс, П. Штомпка, М. Арчер, П. Бурдьё, Ж. Фридман, Ж. Гурвич, А. Турен, Н. Элиас, И. Валлерстайн, П. Андерсен, Б. Мур, Н. Луман, Ю. Хабермас, А. Богданов, Н. Иорданский и др. Цель обзора – определение стратегического исследовательского направления в ситуации антропологического поворота в социально-гуманитарном познании. Автор указывает на глобальный (универсальный) эволюционизм и интегральную концепцию человека как перспективные основания исследовательских проектов.

Ключевые слова: социальная нестабильность; кризис социальной теории; эволюционно-синергетическая парадигма; гетерогенность предметов и объектов познания; интегральная концепция человека.

The article analyses the theoretical and methodological bases of studying the social world in the times of transition to post non-classical science and philosophy. The author refers to the work of philosophers and sociologists such as Z. Bauman, M. Mamardashvili, R. Rorty, E. Husserl, A. Schutz, J. Alexander, A. Giddens, P. Sztompka, M. Archer, P. Bourdieu, J. Friedman, J. Gurvich, A. Touraine, N. Elias, I. Wallerstein, P. Andersen, B. Moore, N. Luhmann, J. Habermas, A. Bogdanov, N. Jordanskiy, and others. The aim of this review is to define strategic research direction in the situation of anthropological turn in social humanitarian knowledge. The authors sees the global (universal) evolutionism and integral conception of human as a prospective basis for the future research projects.

Keywords: social instability, social theory crisis, evolutionary synergetic paradigm, heterogeneity of subject and object of knowledge, integral conception of human.

У статті представлено аналіз теоретичних та методологічних засад вивчення соціального світу в умовах переходу до постнекласичної науки й філософії. При цьому автор звертається до творчості таких філософів та соціологів, як З. Бауман, М. Мамардашвілі, Р. Рорті, Е. Гуссерль, А. Шюц, Дж. Александер, Е. Гідденс, П. Штомпка, М. Арчер, П. Бурдьє, Ж. Фрідман, Ж. Гурвіч, А. Турен, Н. Еліас, І. Валлерстайн, П. Андерсен, Б. Мур, Н. Луман, Ю. Хабермас, О. Богданов, М. Іорданський та ін. Мета огляду – визначення стратегічного дослідницького напрямку в ситуації антропологічного повороту у соціально-гуманітарному пізнанні. Автор вказує на глобальний (універсальний) еволюціонізм та інтегральну концепцію людини як на перспективні засади дослідницьких проектів.

Ключові слова: соціальна нестабільність; криза соціальної теорії; еволюційно-синергетична парадигма; гетерогенність предметів і об'єктів пізнання; інтегральна концепція людини.

Находясь в Киеве в 2012 году, З. Бауман говорил об ощущении конца света, которое преследует современного человека. Бауман обратил внимание на то, что необходимо не только анализировать мир уходящий, но и встречать мир новый, нарождающийся. Отсутствие оптимизма, связанного с ситуацией перехода, Бауман объяснил чувством тревоги перед неизвестным наступающим миром [3]. Действительно, на рубеже XX-XXI вв. динамизм и глубина социальных изменений планетарного масштаба превысили теоретико-методологические возможности их объяснения в рамках традиционных методологий. Новых объяснительных подходов потребовала острая проблема сопротивления локальных (этнических) миров практическим действиям инициаторов глобальных проектов. За этой проблемой угадывались и другие: проблема соотношения глобальной, локальной микро динамики в социальном мире, проблема устойчивости и субъектности социальных форм. Выход на историческую арену общностей, которые обнаружили свою внутреннюю целостность, сохраняющуюся в изменяющемся мире, стал фактором развития теории. С позиции философии этот феномен можно было интерпретировать как вопрос о сущности социальной рациональности, как проблему возможности и условий существования порядка и разумности в обществе, что в целом указывало на кризис классической парадигмы в описании и объяснении изменений в социальной реальности, а также на необходимость формирования новых исследовательских инициатив.

В рамках классической рациональности глобальное и локальное (общечеловеческое и культурно-этническое) противопоставлялись как рациональное и иррациональное, или как законосообразное и уникальное. Утвердилось мнение, что этническое (локальное, не закономерное) является временной стадией развития общества, которая сменяется универсальным (рациональным, проектным) периодом его существования. Предполагалось, что мир существует «как есть», независимо от человека и человечества: мир живет своей естественной жизнью, но коррелирует с субъективной организацией человека – носителя «самосознания». Однако социальные процессы конца XX столетия опровергли классический социальный рационализм и привели к переосмыслению его границ (пределов).

В неклассическом рационализме возникла необходимость расширить онтологию рационально постижимых явлений, включить в нее и регион «психика-сознание», т.е., «неразделимый континуум «бытия-сознания»

(М. Мамардашвили) [10]. Поэтапное становление неклассической модели научного знания в течение XIX -XX вв. коррелирует с рядом научных открытий в физике (теория относительности), космологии (концепция нестационарной Вселенной), квантовой механике. Эти открытия радикальным образом изменили научную картину мира: мир стал вероятностным, лишенным ясных детерминистских начал, включающим сложные саморегулирующиеся системы. Следующим шагом стало признание необходимости познающего субъекта, непосредственно включенного в познаваемую им реальность. Соответственно, и средства познания этой реальности определялись как особенностями устройства исследуемого объекта, так и способами взаимодействия с ним исследователя. Вследствие допущения истинности одновременно нескольких различных научных теорий, описывающих один и тот же объект, и низведения научной теории до «символического описания» реальности возникает плюрализм познавательных философско-методологических концепций и повышается значимость междисциплинарных исследований. При этом неклассическая наука все больше склоняется к так называемому «антропному подходу». Познаваемая действительность представляется в виде совокупности «человекообразных комплексов» (термин В. Степина) – крупных социально-экологических структур, медико-биологических объектов, систем «человек-машина», характеризующихся открытостью и саморазвитием, органически включающих в себя познающего субъекта в качестве подсистемы саморазвития, саморегуляции и самоуправления. Наконец, осознание наукой остроты экологических проблем, широкое распространение новых информационных технологий, повсеместное увеличение масштабов и разнообразия человеческой деятельности, изменяющей социальную и природную среду, – способствует зарождению в последней трети XX в. постнеклассической модели научного знания [16, с. 626-631]. В ней социальные ценности и цели познания становятся неотъемлемой частью исследовательского процесса и научного знания в целом. Истина в постнеклассической науке обретает многомерность. В полифундаментальной и плюралистической методологии социально-гуманитарного знания на первый план выдвигаются междисциплинарные и проблемно-ориентированные формы исследовательской деятельности. Происходит сращивание в единой системе теоретических и эмпирических исследований прикладного и фундаментального знания. Постнеклассическая картина мира находится в постоянном процессе количе-

ственного и качественного изменения своих параметров, вследствие чего становится все труднее фиксировать ее состояния в простых и ясных терминах, строить адекватные ей модели, прогнозировать дальнейшее развитие каких-либо социальных процессов.

Рациональность в постнеклассической «версии» получает следующее истолкование: упорядочено то, что каким-то образом организовано и осмыслено. Понятие субъекта сохраняется, но при этом он становится историчным, временным, множественным и многообразным; получает определенное решение проблема телесности. В конечных результатах объективации и субъективации учитывается присутствие трансцендентальной субъективности. Интерсубъективность связывается с явным или неявным введением трансцендентальности, будь то трансцендентальность в коммуникации, репрезентации, деятельности или в самореференции [1 с. 23-30].

Многомерное теоретическое отражение поворота в осмыслении проблем историко-культурного развития привело к признанию нелинейности, сложности хода истории, необходимости сохранять культурную преемственность, учитывать опыт предшествующего развития человечества. В этой связи, как отмечал Р. Рорти, возвращаясь к истокам и основаниям философии необходимо усматривать в пройденном пути не только ошибки и заблуждения, но и видеть через прошлое и настоящее то, что должно сформироваться в будущем, и тем самым продолжить поиск пути самосохранения человечества [14].

Наиболее востребованные методологии начала XXI в. – феноменология и коммуникативистика (Э. Гуссерль, А. Шюц и др.), – раскрывая смысловое первенство бытия-в-мире, одновременно «встраивают» вещи, отношения, любые проявления объектов в этот особый континуум, выраженный изначальным первенством человеческого присутствия в мире. Тем самым они снимают классическое противопоставление субъекта и объекта, их изначальные различия как противоположностей. Они уделяют большое внимание теоретическому и практическому (слой первичного или непосредственного бытия) конструктивизму, а в понимании природы социального сосредоточены на сознании, знаке, символе, смысле [5, с. 33]. Феноменологическое объяснение подразумевает, что поскольку социальный мир разомкнут, в нем отсутствует магистральный путь развития человечества, то в антисубстанциональном «текущем» мире возможны любые варианты изменений. Выбор траекторий, часто совершенно противоположных, зависит от поступков отдельных людей, их непредсказуемых индивидуальных решений.

Поскольку все предметы окружающего мира воспринимаются только как феномены сознания, главной исследовательской установкой становится субъективизм, признающий человеческую субъективность активной стороной социального процесса. С феноменологической точки зрения социальное не существует, а «значит», то есть реальность конституируется значением человеческих переживаний, а не онтологической структурой объектов: социальное – смыслоозначенная реальность. Коммуникация понимается как «коммуникативная общая среда», в пределах которой субъекты взаимно мотивируют друг друга в их активностях. Коммуникативный феноменологический опыт – это опыт конституирования интерсубъективного социального мира, опыт встречи с чужим сознанием как соучастником в определении смыслов. Его неперемнная составляющая – «мы-отношение» – обрывается как «соприсутствие партнеров». Понимание партнера (другого) представляет собой процесс двоякого рода: «тело другого» открывается восприятию в «изначальном присутствии», а психическая жизнь – только в «со-присутствии», иначе говоря, тело презентуется, тогда как психическая жизнь и переживания аппрезентируются. Применительно к социальной среде это означает, что «объекты, факты или события внешнего мира схватываются не как «самоданности», но как обозначающие что-то другое; как «пробуждающие», «вызывающие» или «стимулирующие»... соотнесения» [2, с. 484, 497].

Аппрезентация у А. Шюца базируется на убеждении в тождественности переживания общего мира, в котором наблюдается «единство подобия». В таком случае, аппрезентация возможна лишь для одной культуры (локальности, народа). В современном мире, где пришли в тесное соприкосновение множество культур, такая стратегия изучения социального не может быть общезначимой, а значит, проблема соотношения глобальной, локальной и микро динамики в социальном мире феноменологией не решается. Вместе с тем важно, что феноменология предполагает в основании «жизненного мира» двойственность сознания, которое всегда исходит из чего-то ему Чуждого и с необходимостью его полагает, позволяя констатировать отличия «меня» от «Другого». Б. Вальденфельс такое качество сознания считает предпосылкой существования многомерного и неоднородного мира, в котором выстраиваются многообразные формы соотношения «меня» и «Другого».

Иное отношение к описанию, пониманию и объяснению социальных процессов складывается в «активистском» подходе в рамках теоретической социологии. Начало этого

подхода можно найти у К. Маркса в его утверждении, люди, рождаясь при одних обстоятельствах, своей практической деятельностью создают новые, иные обстоятельства общественной жизни. Современные «активисты» (Дж. Александер, М. Арчер, П. Бурдье, Э. Гидденс, П. Штомпка и др.) обосновывают отказ от концепции социальной истории как «естественно-исторического» процесса в пользу концепции «социально-исторического» процесса, в котором решающую роль играют социальные субъекты-деятели. Ими могут быть наука, социальные движения, легитимные лидеры, массы обычных граждан. Противоборство или солидарные действия акторов исторической драмы, приводящие к эффекту «эмерджентности», определяют направленность социальных сдвигов [22]. Активистский подход можно применить и к проблеме соотношения глобального и локального, этнических общностей, которые становятся акторами социального мира.

Э. Гидденс в своей теории структуризации также преодолевает искусственное противопоставление общества и индивида, неоднократно отмечая, что «структуральные свойства социальных систем как ограничивают, так и создают возможности для действия» [4, с. 239]. Этим он опровергает устоявшиеся со времен Дюркгейма представления о том, что структуральные свойства общества только ограничивают действие индивида, препятствуя его свободной реализации. Радикально-активистская программа «дуальности» структур, которые формируют социальных агентов и, в то же время, формируются их практиками, – содержит и марксистскую идею (деятельностный подход), и идеи структуралистские (Э. Дюркгейм, Т. Парсонс), и феноменологические (идея рефлексивности социальных агентов). Всю совокупность социальной жизни Э. Гидденс предлагает рассматривать в виде последовательности эпизодов, каждый из которых представляет конкретное социальное взаимодействие в ситуации соприсутствия. Гидденс отличает «эпизод» от некоего общего исторического измерения – «мирового времени», что позволяет их сопоставлять друг с другом и обнаруживать их в определенной связности [4, с. 27].

П. Бурдье изображает социальный мир в форме многомерного пространства, построенного по принципам дифференциации и распределения. Ж. Фридман и Ж. Гурвич решают проблему понимания нового социального мира во взаимодополняющем объяснении тех или иных социальных процессов и явлений. Дж. Тернер формулирует в конце 80-х гг. XX в. концепцию «сенсibiliзирующих аналитических схем» с целью объедине-

ния возможностей макротeorии с фактуальными обобщениями. Можно указать еще ряд стратегий поиска оснований перемен, происходящих в мире человека: теория фигураций Н. Элиаса, активистская теория А. Турена, «расширение» теорий классиков – неомарксизм, неовеберизм, неопарсионизм и др.

Поиск метатеоретических оснований гуманитарного познания привел к появлению различных позиций среди историков, социологов, философов: утверждается «разрыв преемственности» состояний социального мира (И. Валлерстайн и др.); выявляются некоторые общие тенденции изменений социального пространства на рубеже эпох (П. Андерсен, Б. Мур, Ч. Тилли и др.); отвергается попытка найти общие закономерности существования человечества, утверждается первичность и реальность лишь локальных историй. П. Штомпка, признавая определенную продуктивность диалектической интеграции различных идей, но не отдавая предпочтение ни одной из моделей социального мира, предложил свой парадигмальный подход. П. Слотердаjk пришел к отрицанию единого социального пространства и воспользовался метафорой пены, в пузырях которой увидел образы локальных ограниченных миров. Не так радикальны П. Бурдье, Э. Гидденс, Н. Луман, Ю. Хабермас, но их исследования были ориентированы на гомеостатическое состояние социальной системы, на периоды ее относительной стабильности. По замечанию Б. Бродского, они представляют собой апологетику социального гомеостаза, «вечного возвращения» в привычное русло рутины (Гидденс), габитуса (Бурдье) или системы (Луман). Так, подвергнув критике теоретические конструкции Т. Парсонса, европейская социальная теория продолжала использовать прикладную методологию, разработанную в рамках структурно-функционального подхода для комментирования происходящих радикальных изменений. Эта методология, безусловно, помогает раскрыть некоторую часть вопросов, поставленных ходом истории. Прежде всего, функционализм избавляет от упрощенного понимания исторического процесса и включает в его описание неевропейские культуры, отказывается от их характеристики как «примитивных» или «слаборазвитых», подчеркивает социальное значение таких явлений, как ритуалы, верования, кастовые ограничения – важных факторов социальной регуляции. Предметом изучения становится тот мир, в котором человек конкретного культурного сообщества может ориентироваться, и на который он сам или общность может оказывать определенное воздействие путем координации поведения своих

членов. Вместе с тем методология функционализма рассматривает социальный мир словно вне исторического времени. Социальный порядок становится детерминантой реальности и потому выполняет функцию (роль) субъекта. Оставлены без внимания процессы генезиса социальных норм и ценностей, механизмы их изменения или исторической преемственности, избыточна абстрактность интерпретации функций социального действия. В рамках этой теории не может быть эффективно сформулирована идея конфликта ценностей или структур, невозможно дать адекватное описание и анализ социальных противоречий. Несмотря на указанные «недостатки», структурно-функциональный анализ продуктивен при изучении конкретного общества, локальной (этнической) общности или института как системно организованной структурной целостности. В таком случае обнаруживаются и описываются устойчивые структуры и связи в локальном пространстве, изучается их длительность, непреходящая ценность во времени, то есть т.е. дается один из «срезов» их пространственно-временной организации.

В историко-социологической перспективе функционализм воспринимается как дискурс «стабилизационного» сознания, хотя прикладная методология, разработанная в рамках данного подхода, не утратила своей актуальности. В середине XX века структурный и функциональный анализы были переосмыслены в рамках «объединяющего» их системного подхода как два различных аспекта системного анализа. Они предстали как две взаимодополняемые стратегии исследования социальных систем как целостных единств.

Российский социолог В. Радаев обращает внимание на алармистские тенденции в оценке перспектив развития общества и предостерегает в связи с этим о возможном искажении исследовательских ориентиров. Необходимо изучать общественные процессы с учетом «нормального» общества, используя, например, институциональный подход. Однако указанный подход в определенной степени является модификацией структурно-функционального, так как нацелен на описание реальности в ценностно нейтральных понятиях. Эти понятия отражают закономерности, принципы и существующие на их основе институты, являющиеся: 1) универсальными, 2) способными трансформировать любое традиционное общество и 3) приходящими на смену традиционным институтам. Безусловно, институты – это важнейшие элементы общественной структуры, анонимные надличностные образования, которые поколения индивидов чаще всего застают уже присутствующими в социальном пространстве. Индивиды воспроизво-

дят институты, утверждая их в качестве непоколебимых устоев всей социальной конструкции. Их повторяющиеся, не обязательно скоординированные действия всегда направлены на некий всеобщий образец, и этим обеспечивается не только континуальность общественных систем, но и невозможность их реверсивного, возвратного исторического движения. На нереверсивность как фундаментальное качество социальной системы, не позволяющее «истории замереть», указывает украинский социолог С. Макеев [9, с. 15].

Реальность показывает невозможность такой нейтральности и объективизма, поскольку каждый из институтов обусловлен специфическим способом взаимодействия множества особых ценностных систем, культур и ментальностей конкретных социальных субъектов. Так, У. Аутвейт утверждает, что институциональный порядок – это совокупность символов, к которым субъекты обращаются при объяснении ситуаций социального взаимодействия [2, с. 162]. Классик институционализма – Э. Дюркгейм – также отмечал, что институты предписывают не только то, как действовать, но и как чувствовать, понимать и объяснять свои действия и действия других.

Еще «глубже» проникают в суть социальных изменений концепции «социологии воображения», альтернативные классической позитивистской модели (Р. Бастид, Г. Башляр, Ж. Дюран, Д. Кампер, С. Булгаков, Вл. Соловьев, П. Флоренский, Г. Шпет, Н. Лосский, С. Франк, А. Лосев, Е. Мелетинский, В. Пропп, В. Топоров и др.). «Социология воображения» обосновывает природу функционирования воображения как базового психического явления, которое предопределяет образ реальности как таковой и развертывание социальных структур ее конституирования. Опираясь на теорию К. Юнга о «коллективном бессознательном», уточняя его структуру, «социология воображения» выделяет три группы символов и архетипов и два режима их функционирования. Эксплицируя структуры бессознательного, констелляции символов и мифов, предлагается не только анализировать архаические общества, религиозные воззрения и институты традиционного общества, но и интерпретировать социальные процессы, протекающие в высоко дифференцированных обществах Модерна и Постмодерна. В рамках такого подхода «воображаемая социальная действительность» воспринимается как мир социальных реальностей, включающий мир повседневных практик людей в динамике социально-коммуникативных процессов.

Выбор способа объяснения зависит от исходной мировоззренческой установки и предполагает определенную философскую антро-

пологию. При этом исследование не может обойти тот факт, что, по замечанию П. Гречко, индивидуально-человеческое (как сущее) открывается всегда только в свете («просвете») совокупно или «интегрально-общественного» – как бытия, а также в социальном «поле имманенции» (термин Ж. Делеза). В этом поле все новое появляется в результате приведения в действие неких внутренних сил или ресурсов [5, с. 12]. Отметим также, что в условиях информационного общества резко возрос концептуальный плюрализм философского знания, усилились тенденции иррационализма, релятивизма, деструктивизма и т.д. Однако актуален и такой тип философской деятельности, который сохраняет рефлексивно-критическую установку, ориентирован на сотрудничество с наукой, на теоретическое обоснование выдвигаемых положений, их четкую аргументацию. Сошлемся на мнение В. Казначеева, А. Чижевского, В. Вернадского, которые обосновывали необходимость содружества социальной теории, социальной физики и социальной химии. Именно изменения подходов в естествознании привели к появлению гипотез, способных создать новую информационную матрицу для обществоведения. Среди них важное место занимает концепция самоорганизующихся диссипативных систем (синергетика), в которой акцентируется внимание на таких аспектах социальных изменений, как неустойчивость, разнообразие и т. д. Еще в середине XX века в рамках системного подхода была предложена новая трактовка социального мира, которая потребовала в исследованиях представлять объект как развивающееся единство, как особый тип систем, имеющих следующие характеристики: системность, универсальность, внутреннюю саморегуляцию и механизм самообновления. Системная интерпретация социального позволила разрешить проблему редукции, рассматривая множество существующих систем ретроспективно и ставя вопрос о возможности понимания возникновения, становления и самоорганизации систем. Кроме того, она позволила отказаться от представления, «что все сферы общественной жизни жестко связаны, что человек – винтик, функция социальных структур» [13, с. 80]. На базе системного подхода синергетика дала новую интерпретацию строения и функционирования Вселенной, подчеркивая важность его динамизма и нестабильности, рассматривая процесс изменений как движение от хаоса к упорядоченности. И это в определенной мере придало ей характер всеобщей теории. Более того, синергетическая методология позволила исследовать процесс социальной и культурной конвергенции как процесс нели-

нейной эволюции социокультурных систем, как процесс совместных, согласованных действий открытых социокультурных систем. В решении вопроса соотношения глобальной, локальной и микро динамики в социальном мире, а также проблемы устойчивости и субъектности социальных форм такая методология способна, казалось бы, предложить механизм преодоления локального (этнокультурного) противостояния в процессе неизбежной глобализации всех социальных процессов. Однако понятия хаоса и порядка в синергетике имеют весьма абстрактный характер, что позволяет говорить о ней как абстрактно-всеобщей теории (в гегелевском смысле термина). Реальный же процесс мирового развития явно не укладывается в схему хаос – порядок, которая относится скорее к конечным системам, возникающим из условно понятого хаоса. Он предстает переходом от одних ступеней организации, отнюдь не являющихся хаосом, к другим, более сложным. Лишь в определенном, далеко не всестороннем отношении, этот процесс можно описывать как переход от хаоса к упорядоченности, утверждает российский философ В. Орлов [11]. Безусловно, синергетика формирует «открытую» методологическую парадигму в социальных науках, способную к учету все новых изменчивых факторов реальности. Она рассматривает проблему природы социального мира как взаимосвязь бытия и становления, неизменности и изменения, социальных структур и культурных процессов, «институтов» и «символов». При этом она выявляет роль человеческого сознания как фактора случайности, определяющего возможность выхода системы из точки бифуркации и направляющего социальную эволюцию [13]. Однако в случае некритической экспансии синергетической методологии на область социокультурных явлений и процессов ставятся под сомнение классические философские принципы и установки. Самоорганизация – это не кооперация под воздействием случайных факторов в состоянии неустойчивости, а процессы, причины которых заложены в природе. Идущие на всех уровнях иерархии Вселенной, эти процессы обеспечиваются всеми действующими в ней законами и силами. Не случайно В. Степин предлагает сочетать эволюционную методологию с системной, и такой призыв не нарушает традицию европейской философии, которая в понимании социального мира реализовывала два принципа, сформулированные в античности и дающие характеристику реальности вообще: принцип изменения и принцип неизменности.

В рамках научно-философской рефлексии в синергетической исследовательской пара-

дигме вызывает сомнение чрезмерный акцент на непредвиденном как источнике социально-исторического бытия. В логико-гносеологическом аспекте флуктуационная непредсказуемость обуславливает «неравноправный» статус других объяснительных принципов волновых процессов в историческом развитии. Так, например, не менее важна методология изучения феномена сохранения устойчивости и стабильности социальных систем. Еще в «Тектологии» А. Богданова было уделено внимание обоснованию понятию равновесия как закономерного этапа единого процесса изменения, движения. Богданов писал, что равновесие существует в объекте до состояния борьбы «противоположных активностей», оно также появляется и по мере затухания этой борьбы. Богданов находит удачный термин для обозначения обнаруженной закономерности – «подвижное равновесие», и пытается в социально-практическом смысле понять организационный процесс, идущий путем борьбы разных тенденций.

Наряду с синергетикой объяснить происходящие перемены пытается радикальный конструктивизм, который, в отличие от синергетики, где речь идет об открытых неравновесных системах в целом и их трансформации, и делает акцент на процессах поддержания гомеостаза в живых когнитивных системах (Б. Веллмен, Ф. Кротц, Е. Марк, Л. Фримен, Р. Хассан). Синергетика, претендующая на роль определенной онтологии, в то же время обходит стороной процессы познания и процессы жизни, рассматривая их в качестве прикладных аспектов процессов функционирования неравновесных систем. Напротив, в радикальном конструктивизме в основе организации сетевых структур реальности лежит принцип обратной связи, придающий реальности некоторую устойчивость. В синергетике данный принцип носит второстепенный характер, поскольку акцент делается на динамике системы, балансирующей на грани хаоса и порядка. Наконец, акцент на сложных социальных системах, саморазвивающихся на принципах синергетики, оставляет открытым вопрос о творце этих новых ценностей – универсалий культуры, как отмечает В. Тарасенко [17]. Игнорируется тот момент, что люди в их индивидуальном существовании являются не элементами организации (системы), а, будучи субъектами деятельности, – условием ее существования и развития.

В целом стабильность, устойчивость, преобладание в социальном мире были ярко высвечены и теоретически осмыслены в структурном функционализме, а толкование закономерностей движения, изменения, становления, развития предложено концеп-

цией глобального эволюционизма – более высокого (относительно естественнонаучных понятий) уровня эволюционных обобщений (Н. Моисеев, Э. Янч и др.). Появление такой идеи было обусловлено новым представлением науки о мире, который, по мнению И. Пригожина, больше не рассматривается как музей, хранящий биты информации: мир – это процессы, разрушающие и генерирующие информацию и структуру. При этом стремление понять мир как процесс и место человека во всеобщем процессе развития важно с точки зрения выработки стратегии будущего развития человечества.

Идея глобального эволюционизма явилась новой метафорой эволюции, современной формой историзма. В отличие от прежней трактовки эволюционизма, сводящей его к медленным постепенным изменениям, глобальный эволюционизм механизм изменчивости не ограничивает непрерывными процессами, напротив, включает взрывы, сальтации, бифуркации как форму изменчивости. Термин «глобальный» обозначает не распространение непрерывной изменчивости до беспредельных масштабов, а указывает на рождение нового взгляда на эволюцию. Глобальная эволюция – это внутренне противоречивый процесс, антиномичный, протекающий и как прерывный, и как непрерывный, как направленный и ненаправленный, как закономерный и как случайный, – процесс, в котором постоянство и стабильность есть необходимое условие изменчивости. Фокусом глобального эволюционизма является человек, ответственный за эволюцию, ее самосознание.

Еще более остро поставлены проблемы изменения мира и мира человека в универсальном эволюционизме, который акцентирует внимание на выявлении стабильных тенденций, принципов и законов как универсалий особого типа развития разнородных структур материи. Для концепции универсального эволюционизма важны не только общие характеристики процесса перехода от низших структурных уровней и ступеней эволюции материи, но и их взаимодействия между собой и, прежде всего, взаимодействие природы и общества. Эволюционно-синергетическая парадигма, которую называют также парадигмой сложности, позволяет (с помощью междисциплинарного знания) построить единую картину мира, в которой человек укоренен в природе, мир и человеческое бытие соразмерны и потому конструирование искусственной природы и социальных институтов осуществляется в единой сети взаимодействий [19, с. 77-78].

Отметим, что в рамках указанного эволюционного подхода цельностью и глубиной проработки проблемы человека отличается

теория интегральной социальной сущности человека (В. В. Орлов и др.), рассматривающая человека как уникальное существо, итог развития не только живого мира планеты, но всего Космоса. Обосновывается, что в результате движения социальной формы материи формируется ее антропологический уровень с аккумуляцией и интеграцией в человеке всех сущностных сил предыдущих уровней материи. Поэтому человек как существо космического масштаба способен познавать не только себя, но и весь мир, о чем говорили античные философы [12]. Теория Орлова обнаруживает родство с идеями М. Шелера, русских «космистов» (Н. Федоров, К. Циолковский, В. Вернадский); с теорией К. Маркса о безграничной универсальной силе, воплощенной естественной эволюцией природы в «сущностных силах» человека.

В концепциях и теориях, ищущих объяснение наступающему новому социальному миру, находит поддержку и теоретическое обоснование идея синтеза эволюции и развития. Актуальность методологического синтеза этих понятий и необходимость введения в научный оборот синтетической категориальной структуры «эволюционное развитие», фиксирующей противоречивое единство двух относительно автономных процессов изменения материальных и идеальных системных объектов, неоднократно обсуждались [7, с. 96]. Утверждается мнение, что «эволюция» – термин, необходимый для описания изменения биологических систем, тогда как «развитие» – термин, относящийся к общественным и личностно-индивидуальным действиям и их последствиям. У живых организмов в процессе их эволюционного изменения нет реального выбора, поскольку они должны или исчезнуть, или радикально видоизмениться. Если же речь идет о развитии, выбор стратегий изменения предполагает множество вариаций, осуществляясь всегда как результат взаимодействия внешней необходимости и внутренней свободы. Н. Иорданский сравнивает два типа механизмов эволюции, действующие соответственно в социальной и биологической макроэволюции: «ламарковские» и «дарвиновские», и убедительно доказывает, что первые гораздо эффективнее. Прежде всего, они обеспечивают несравненно более высокую скорость эволюции, чем та, которая может быть достигнута на основе неопределенной наследственной изменчивости и отбора: любые (и в том числе самые крупномасштабные) изменения в социальной сфере могут быть закреплены в течение жизни одного поколения (при «горизонтальной» передаче информации). Во-вторых, ламарковские механизмы являются гораздо менее

затратными, поскольку не требуют выбраковки (в форме элиминации или ограничений на участие в размножении) множества хуже приспособленных индивидов. Ламарковские эволюционные механизмы могут быть эффективными даже для единственной эволюционирующей системы [7].

Группа исследователей рассматривает биологическую и социальную макроэволюцию как единый процесс и поднимает проблему наличия или отсутствия общих законов и правил этого процесса [6]. Приходит понимание того, что выбор стратегии изменения в социальном мире происходит с учетом множества существующих типов изменений, в разнообразии которых можно выделить, по меньшей мере, три: а) ведущие к не особенно важным (или не получившим распространения) качественным изменениям; б) ведущие к более существенным качественным изменениям (например, к появлению нового уровня системности, интеграции); в) приобретающие особую значимость, поскольку фиксируют появление таких изменений, которые создают возможность для возникновения эволюционно «проходных», постепенно становящихся универсальными, качественных изменений.

Философская и социологическая интерпретация социальных изменений на рубеже веков выявила целую палитру подходов и объяснительных парадигм социального движения. Рождающаяся новая неклассическая наука подошла к признанию гетерогенности предметов и объектов познания; видению целостного мира как структуры взаимодействия и связей, а не как особой «сущности»; представлению о развитии как процессе много- и разнонаправленном, разворачивающемся через флуктуации и проходящем точки бифуркации; к идее многообразия как необходимого основания исторического полиморфизма. Эти положения объединяет так называемое общенаучное знание, включающее различные дисциплины (систематику, синергетику, диатропику и др.). Одновременно в последней четверти XX ст. формировалось представление о том, что между науками о природе и науками о человеке, культуре нет непреодолимой стены, как ярко высказался признанный теоретик развития науки В. Степин. При этом все же выясняется, что необходимое и достаточное объяснение происходящим переменам в социальном мире не смогла дать ни одна из теорий общества. Гносеологический кризис обнаружил необходимость уточнения мировоззренческих вопросов, расширения поля поиска ответов на события социального мира. Ведущие методологи (В. Ильин, В. Швырев, В. Степин и др.) в ряде работ комментируют и в определенной степе-

ни объясняют сложившуюся ситуацию [15]. Они указывают на то, что постнеклассическая наука пока существует как картина мира и не имеет сформировавшейся теории. Ядром постнеклассической научности является эволюционно-синергетическая парадигма, иначе говоря, философское основание постнеклассической науки составляет единый конструкт философии процесса и эволюционной эпистемологии. По мнению И. Черниковой, эволюционная эпистемология как когнитивная практика, определяющая познавательную деятельность, и эволюционно-синергетическая парадигма как ядро постнеклассической науки являются теми ориентирами, которые позволяют конструктивно обсуждать поставленные временем задачи [19].

Итак, познание проблем современного социального мира необходимо опирается на установку отсутствия в постнеклассической научности «естественной» реальности, существующей вне человека. Картина мира сегодня не является объектной, в ней не поддерживается познавательная рациональность, но затрагивается человеческий мир [20, с. 45]. «Очеловечивание» объекта исследования подвергается рефлексии не только и не столько средствами методологии науки, сколько социологии, психологии, этнологии, новых информационно-синергетических подходов. Кроме того, важным принципом постнеклассической науки является принцип холизма, который в одной из самых своих ранних формулировок (даосизм) указывает на то, что целое не больше и не меньше своих частей, оно качественно иное [19, с. 77].

Необходимо также учесть, что на фоне смены мировоззренческой парадигмы на рубеже веков в методологии наблюдается «незавершенность» формы социально-философского поворота. Имеется в виду излишнее упование на феноменологический и коммуникативный подходы в исследованиях, «лишь частично и в узком поле непосредственных взаимодействий характеризующие различные конфигурации связей между субъектами» социальной реальности, отмеченное В. Кемеровым [8, с. 22]. Для неклассической эпистемологии характерны посткритицизм, отказ от самой эпистемологии и замена ее герменевтикой; отказ от субъектоцентризма и наукоцентризма. В. Лекторский обосновывает позицию, названную им конструктивным реализмом, в которой допускает совмещение конструктивизма (как когнитивной практики) с реалистическим мировоззрением. В эволюционном конструктивизме, аккумулявавшем вышеуказанные точки зрения, такие понятия, как «реальность», «субъект», «объект», «знание», «познание» обретают

новый смысл. Реальность предстает как процесс, в котором человек с его когнитивным аппаратом и нормами деятельности – звено и участник: реальность – не внешняя или внутренняя данность, и не ментальная конструкция, а грань пересечения (граница) внутреннего и внешнего. В такой реальности субъект и объект не противостоят друг другу, а дополняют, доопределяют друг друга. Познание в этом процессе становится не только интеллектуальной активностью, его смысл – в конструировании объекта в культурном пространстве деятельности человека. Категории «субъект» и «объект» предстают не только как гносеологические, но и онтологические категории. Субъект понимается как человек, когнитивная способность которого детерминирована его телесной, социальной, коммуникативной природой, а объект – согласно эволюционно-холистическому представлению о мироустройстве.

Подводя итог, констатируем: многообразие процессов социальных изменений в их совокупности выступает основным источником современной социальной нестабильности, которая характеризует фазовый переход от парадигмы модерна к парадигме постмодерна. Во время этого движения происходят фундаментальные трансформации обществ и социальных структур, меняется картина мира, представления о пространстве и времени. «Чистые» модели развития, синтезированные в свое время в различных регионах мира (прежде всего, восточноазиатская и западноевропейская) оказываются нежизнеспособными. Доминирует модель глобализационная, однако она не охватывает все реальные процессы: одновременно с объединением отчетливо проявляются на практике очаги и направления противоположного движения. Иначе говоря, универсализм в эпоху постмодерна не вытесняет партикуляризма, сохраняются обе тенденции. Появляются основания говорить об определенном теоретическом кризисе в социальной теории рубежа XX-XXI вв. Кризис сопровождается отсутствием общепризнанной теории социальной реальности, что усложняет решение актуальных практических задач и теоретическое обоснование важных изменений исторического характера.

Акцентируя внимание на теоретических объяснительных основаниях и методологических возможностях эволюционной парадигмы, включающей теорию интегральной социальной сущности человека, автор с пониманием принимает оптимистическую позицию З. Баумана, и видит задачу современной социальной теории в уточнении (расширении) онтологии социального в границах постнеклассической рациональности. Возможную новую

стратегию познания социального обеспечит набирающий силу социокультурный подход, сопряженный с дискурсом о сущности и значении культуры, благодаря которому культура наделяется статусом подлинной и даже предельной реальности. Культура понимается как способ эволюционной самоорганизации сообщества, как совокупность программ духовной деятельности людей и основание

предметности, что позволяет приблизиться к решению парадокса сопротивления локальных (этнических) миров в глобализующемся мире и теоретически обосновать наметившийся антропологический поворот в современной философии.

Литература

1. Арефьева Г. С. Постклассический подход к познанию социального и этнического [Электронный ресурс] / Г. С. Арефьева, Э. Ю. Калинин, М. Б. Люскин // Философия и общество. – 2002. – № 1. – Режим доступа : <http://www.socionauki.ru/journal/articles/255494/>.
2. Аутвейт У. Действие, структура и философия реализма [Текст] / У. Аутвейт // Социо-Логос. – М. : Прогресс, 1991. – С. 159 – 169.
3. Бауман З. Конец света – это отсутствие уверенности в завтрашнем дне [Электронный ресурс] / З. Бауман. – Режим доступа : http://society.lb.ua/culture/2012/04/19_zigmunt_bauman_.html.
4. Гидденс Э. Устроение обществ: Очерки теории структуризации : пер. с англ. [Текст] / Э. Гидденс. – М. : Академ. проект, 2005. – 528 с.
5. Гречко П. К. Концептуально-методологические срезы социального [Текст] / П. К. Гречко // Социальное: истоки, структурные профили, современные вызовы / под общ. ред. П. К. Гречко, Е. М. Курмелевой. – М. : Рос. полит. энцикл. (РОССПЭН), 2009. – 440 с. – С. 14-164.
6. Гринин Л. Е. Ароморфозы в живой природе и обществе: опыт сравнения биологической и социальной форм макроэволюции [Текст] / Л. Е. Гринин, А. В. Марков, А. В. Коротаев // Эволюция: космическая, биологическая, социальная / под ред. Л. Е. Гринина, А. В. Маркова, А. В. Коротаева. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 368 с.
7. Иорданский Н. Н. Эволюция жизни [Текст] / Н. Н. Иорданский – М. : Академия, 2001. – 425 с.
8. Кемеров В. Е. Меняющаяся роль социальной философии и антиредукционистские стратегии [Электронный ресурс] / В. Е. Кемеров // Вопросы философии. – 2006. – №2. – Режим доступа : http://www2.usu.ru/soc_phil/rus/articles/role.html.
9. Макеев С. Социальные институты: классические трактовки и современные подходы к изучению [Текст] / С. Макеев // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2003. – № 4. – С. 5-20.
10. Мамардашвили М. К. Как я понимаю философию [Текст] / М. К. Мамардашвили. – М. : Прогресс, 1992. – 408 с.
11. Орлов В. В. Проблема сложности в современной зарубежной философии [Текст] / В. В. Орлов, В. С. Гриценко // Философия и о-во. – 2010. – № 2. – С. 141-155.
12. Орлов В. В. Человек, мир, мировоззрение [Текст] / В. В. Орлов. – М. : Молодая гвардия, 1985. – 222 с.
13. Пригожин И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой [Текст] / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М. : Прогресс, 1986. – 432 с.
14. Рорти Р. Философия и будущее [Текст] / Р. Рорти ; пер. с англ. Т. Н. Благовой // Вопросы философии. – 1994. – № 6. – С. 29-34.
15. Степин В. С. Классика, неклассика, постнеклассика: критерии различения [Текст] / В. С. Степин // Постнеклассика: философия, наука, культура. – СПб. : Мирь, 2009. – С. 249-295.
16. Степин В. С. Теоретическое знание [Текст] / В. С. Степин. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 744 с.
17. Тарасенко В. І. Концептуальний дефіцит макроструктурних уявлень про суспільство у вітчизняній соціології [Текст] / В. І. Тарасенко // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Теоретичні проблеми змін соціальної структури українського суспільства : наук. доп. і повід. II Всеукр. соціол. конф. – К., 2002. – С. 21-31.
18. Тернер Дж. Аналитическое теоретизирование [Текст] / Дж. Тернер // Теория общества / Под ред. А. Филиппова. – М. : Канон-Пресс, 1999. – 416 с., с. 103–157.
19. Черникова И. В. Типология науки в контексте современной философии науки [Текст] / И. В. Черникова // ВФ. – 2011. – № 11. – С. 71-78.
20. Швырев В. С. О соотношении познавательной и проективно-конструктивной функций в классической и современной науке [Текст] / В. С. Швырев // Познание, понимание, конструирование. – М., 2008.
21. Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом : пер. с нем. и англ [Текст] / А. Шюц. – М. : РОССПЭН, 2004. – 1056 с.
22. Ядов В. А. Основные категории классической социологии и современный деятельностно-активистский подход [Электрон. ресурс] / В. А. Ядов. – Режим доступа : <http://www.sociology.ru/couyadov.html>.

Kseniya Kizilova

Research Fellow at the Department of Methods of Sociological Research of the School of Sociology of V. N. Karazin Kharkiv National University; Secretary of the World Values Survey Association; Vice-Director at the Institute for Comparative Survey Research, Vienna, Austria.

Christian Haerpfer

Professor of Political Science at the University of Vienna; President of the World Values Survey Association; Chair of IPSA Research Committee 17 «Comparative Public Opinion», Director of the Institute for Comparative Survey Research, Vienna, Austria.

Oleksandr Kizilov

Head of Department of Methods of Sociological Research of the School of Sociology, Director of Social and Humanitarian Research Institute, V. N. Karazin Kharkiv National University; Executive Director of the East-Ukrainian Foundation for Social Research.

POPULATION HAPPINESS, LIFE SATISFACTION AND WELL-BEING IN TRANSITIONAL SOCIETIES

Current paper deals with the analysis of dynamics of the level of well-being in the countries of Post-Soviet Eurasia who in 1991 entered the path of democratic transition. The paper focuses on subjective indicators of well-being, among them general life satisfaction and feeling of happiness. These indicators are used for calculation of the index of subjective well-being. The data used for analysis comprises from the World Values Survey wave 1 (1981-1984) to wave 6 (2010-2014). The following 10 countries of Post-Soviet Eurasia are included into the analysis: Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Russia, Ukraine and Uzbekistan. The paper provides overview of dynamics of the level of subjective well-being in the mentioned countries in period of transition. Comparative overview of the level of subjective well-being in Post-Soviet Eurasia and other world regions is presented. Multivariate analysis is used to determine the main factors influencing subjective well-being in different parts of the world.

Keywords: transitional societies, Post-Soviet Eurasia, population happiness, level of well-being, life satisfaction, subjective indicators.

Статтю присвячено аналізу динаміки рівня благополуччя населення країн пострадянської Євразії, які в 1991 році вступили на шлях демократичних перетворень. Розглянуто такі суб'єктивні показники благополуччя, як рівень загальної задоволеності життям і відчуття щастя, які використовуються для розрахунку індексу суб'єктивного благополуччя. До аналізу включено результати дослідження «Світові цінності» від першої (1981-1984) до шостої хвилі (2010-2014), зокрема дані, що отримано у 10 країнах пострадянського простору: Вірменії, Азербайджані, Білорусі, Грузії, Молдові, Казахстані, Киргизії, Росії, Україні та Узбекистані. Здійснено аналіз динаміки рівня суб'єктивного благополуччя у зазначених країнах в перехідний період. Представлено дані порівняльного аналізу рівня суб'єктивного благополуччя в пострадянській Євразії та інших регіонах світу. На підставі результатів багатовимірного аналізу та застосування регресійних моделей визначено основні фактори, що впливають на рівень суб'єктивного благополуччя людей в різних частинах світу.

Ключові слова: суспільства, що трансформуються, країни пострадянської Євразії, відчуття щастя, рівень благополуччя населення, рівень задоволеності життям, суб'єктивні індикатори.

Статья посвящена анализу динамики уровня благополучия населения стран постсоветской Евразии, которые в 1991 году вступили на путь демократических преобразований. Рассмотрены такие субъективные показатели благо-

получия, как уровень общей удовлетворенности жизнью и чувство счастья, которые используются для расчета индекса субъективного благополучия. Для анализа использованы результаты исследования «Мировые ценности» от первой (1981-1984) до шестой волны (2010-2014), в частности данные, полученные в 10 странах постсоветского пространства: Армении, Азербайджане, Беларуси, Грузии, Молдове, Казахстане, Киргизии, России, Украине и Узбекистане. Осуществлен анализ динамики уровня субъективного благополучия в указанных странах в переходный период. Представлены данные сравнительного анализа уровня субъективного благополучия в постсоветской Евразии и других регионах мира. На основании результатов многомерного анализа и применения регрессионных моделей определены основные факторы, влияющие на уровень субъективного благополучия людей в различных регионах мира.

Ключевые слова: трансформирующиеся общества, страны постсоветской Евразии, ощущение счастья, уровень благополучия населения, уровень удовлетворенности жизнью, субъективные индикаторы.

Introduction

«May you live in interesting times» says an ancient Chinese curse, implying that periods of tumultuous change affect well-being of individuals and society as a whole. Transformations in the countries of Post-Soviet Eurasia in the period between 1991 and present days represent one of the most profound institutional changes in modern political history. The so called «post-Soviet transition» consisted out of three interrelated components: transition from state planned towards free market economy; transition from authoritarian towards pluralistic democratic political system, and transition from a commanded society towards a civil society with free associations. Such a complex system of transformations and reforms has affected all domains of individuals' everyday life, including their value system, norms, beliefs and well-being [1]. Current paper proposes to follow how population well-being has been changing in the countries of Post-Soviet Eurasia since the beginning of the transition process, which factors are especially important for the support of population happiness and how they can contribute to the improvement of peoples' well-being.

Happiness and well-being have been exciting concepts for human's mind since the ancient times. Aristotle described happiness as «men's ultimate goal in life. Nobody seeks happiness to pursue other virtues or, in general, nothing else, except happiness in itself. Happiness then is the ultimate and self-sufficient goal» [2]. The founder of modern utilitarianism, Jeremy Bentham has defined one of the three main principles of his philosophy that «it is the greatest happiness of the greatest number that is the measure of right and wrong» [3]. According to Bentham, every action could be evaluated in terms of its consequence – leading to pleasure or sorrow and thus being morally right or wrong. Thomas Jefferson specified «the pursuit of happiness» as one of the principal inalienable rights of all citizens in the US Declaration of Independence of 1776 [4]. Martin Seligman preferred to use the term well-being claiming that «well-be-

ing is the topic of positive psychology, the flow is the best parameter to measure it, and the goal of positive psychology is to increase flow». He suggested that there are five elements of well-being: positive emotions (feeling good), engagement (being involved into activity), relationship (family, friends), meaning (sense or purpose of life beyond yourself) and achievement (accomplishment of activity) [5].

Nowadays happiness of the population, satisfaction of people with their life and assessments of individual's well-being have become measures of social progress and one of the goals of public policy. Population happiness and well-being became an important component of different indexes of national development, among them Happy Planet Index (index of human well-being and environmental impact), Gross National Happiness Index (consists of 7 dimensions: economic, environmental, physical, mental, work, social, and political), Social Progress Index (measures the capacity of a society to meet the basic human needs of its citizens) and etc. [6].

There is no single opinion in explaining predictors of happiness and thus factors contributing to its increase. Consumerism emphasizes the role of personal income and market opportunities as the ones which allow the individual – a rational consumer – to meet his needs. For Libertarians personal freedom of action, liberty and thus the minimal role of the state is the way to achieve people's happiness. Finally, holistic approach proposes to recognize happiness and well-being as complex phenomena which are not reducible to a single dimension and thus are controlled by a number of factors [7].

The new science of happiness added critical empirical evidence to the search of the content and predictors of people's happiness. The founder of the «World Database of Happiness» Ruut Veenhoven indicates that there is a number of other – social and political – factors which positively correlate with happiness, among them respect to the rule of law and civil rights, economic freedom, and tolerance to minorities. Since these factors to

a large extent can be controlled by the governments, he concludes that happiness of a society could be improved through application of appropriate public policies [8]. Another theory in explanation of happiness has been suggested by Lykken and Tellegen who after studying identical and fraternal twins concluded that twins are inclined to have the same or similar level of happiness. And thus genes might play decisive role in the level of individual's happiness by defining particular regular level of happiness for each individual by default from birth [9]. Link between biological factors and well-being has been studied also by other scientists (Ebstein, Novick, Umansky, Priel, & Osher, 1996; Hamer, 1996) who conclude that if happiness is determined biologically, neither individual nor the state can improve the level of well-being. Ronald Inglehart and Hans-Dieter Klingemann consider happiness and well-being at the level of nations and suggested that these are social phenomena, to a large extent defined by cultural and historical development of the nation [10]. In the current paper we will develop this perspective on happiness considering the newly available survey data.

Data-base for the analysis

The empirical data-base of the current analysis is represented by 27 data-sets of the World Values Survey (WVS), the world's largest social science research program and survey infrastructure. The WVS has completed 6 waves of survey between 1981 and 2014 covering in total more than 100 countries and societies worldwide. Transitional societies of Eastern Europe and Post-Soviet Eurasia joined WVS in 1991 after the collapse of the Soviet Union. Since then, WVS has covered 4 countries in Eastern Europe (Belarus, Ukraine, Moldova and Russia), 3 states in Southern Caucasus (Armenia, Georgia and Azerbaijan) and 3 countries in Central Asia (Kazakhstan, Kyrgyzstan, and Uzbekistan). The most recent wave of the study was completed under the leadership of the authors in 2014 and includes 60 world countries or 90350 interviews. The WVS study provides a unique opportunity for extensive over-time and cross-country comparison [11].

Definitions and Indicators

WVS itself is not a tool dedicated specifically to the measurement of happiness and well-being in the world. Nevertheless, both concepts are operationalized in the WVS questionnaire through a number of indicators which constitute conceptual framework for measurement of happiness and wellbeing:

- Feelings and emotions (feeling of happiness; emotions; sense of life)
- Life satisfaction (general life satisfaction; financial life satisfaction; satisfaction with the

development of the country; satisfaction with the job)

- Aspects of respondent's life influencing happiness (security; self-realization; religion and religious practices);
- Social contacts and close social environment (marital status; family; children; trust to relatives, friends, neighbours);
- Behavioural practices (leisure practices; participation in activity of volunteer organizations and free associations);
- Features of the respondent influencing happiness (level of income; education; immigration background; physical and psychological health).

In the further analysis we are considering two main indicators which characterize population well-being. *Happiness* is considered as a mental or emotional state of well-being involving positive or pleasant emotions that can range from contentment to intense joy. *General life satisfaction* is considered as an overall assessment of one's life as whole and the way how the individual thinks about desirable prospects and the reality. Thus if estimation of *subjective happiness* tends to reflect a relatively short-term, often dependent on the situation mood or emotional condition, self-reports of *overall life satisfaction* appear to measure a longer-term, more stable evaluation of one's life. *Subjective well-being* is a summarizing index calculated basing on the two indicators which comprises both emotional and more rational assessments of one's life and mediates short-term and long-term evaluations.

The WVS uses a four-point scale to measure population happiness: «*Taking all things together, would you say you are very happy, rather happy, not very happy or not at all happy?*» Part of those respondents who are «not happy at all» varies from 0.2-0.3% in the world's happiest countries like Uzbekistan, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Qatar up to 44% in Egypt and in most surveyed countries does not exceed 3%. The share of respondents who report being «not very happy» has a similar distribution with 3% and 30% as extreme min and max values in the same countries as mentioned above. In additional to Egypt, quite high the part of «not very happy» population is in Romania (26%), Belarus (27%), Iraq (26%), Georgia (25%) and Yemen (24%). Option «quite happy» is the most popular among the respondents in vast majority of countries. People reporting being «rather happy» on average constitute between 40% and 70% in different countries while the part of those who is «very happy» is the smallest in Egypt (5%) and the biggest in Mexico (68%).

For measurement of general life satisfaction, WVS proposes a 10-point scale: «*All things considered, how satisfied are you with your life as a whole these days? Using this card on which 1 means you are «completely dissatisfied» and*

10 means you are “completely satisfied” where would you put your satisfaction with your life as a whole?» The part of population who reports being completely satisfied with their lives (10 on a 10-point scale) is the biggest in Mexico (44%), Colombia (38%), the Philippines (37%), Brazil (33%) and Qatar (30%). The share of respondents being completely dissatisfied with their lives (1 on a 10-point scale) is the biggest in Egypt (20%), India (12%), Tunisia (11%) and Armenia (11%). Ten-point scales are usually analyzed through reduction of dimension or comparison of means. Both approaches will be used in further analysis. For the comparison of means for happiness and overall life satisfaction, first indicator is multiplied by 2.5 in order to bring both scales to the same range of values. Finally, the subjective well-being index is calculated using the formula as proposed by Inglehart and Welzel which allows to find an appropriate summarizing value between the emotional and rational evaluations of one’s life: $SWB = GLS - 2.5 * H$, where SWB is subjective well-being index, GLS is general life satisfaction and H is happiness [12].

Population happiness and general life satisfaction

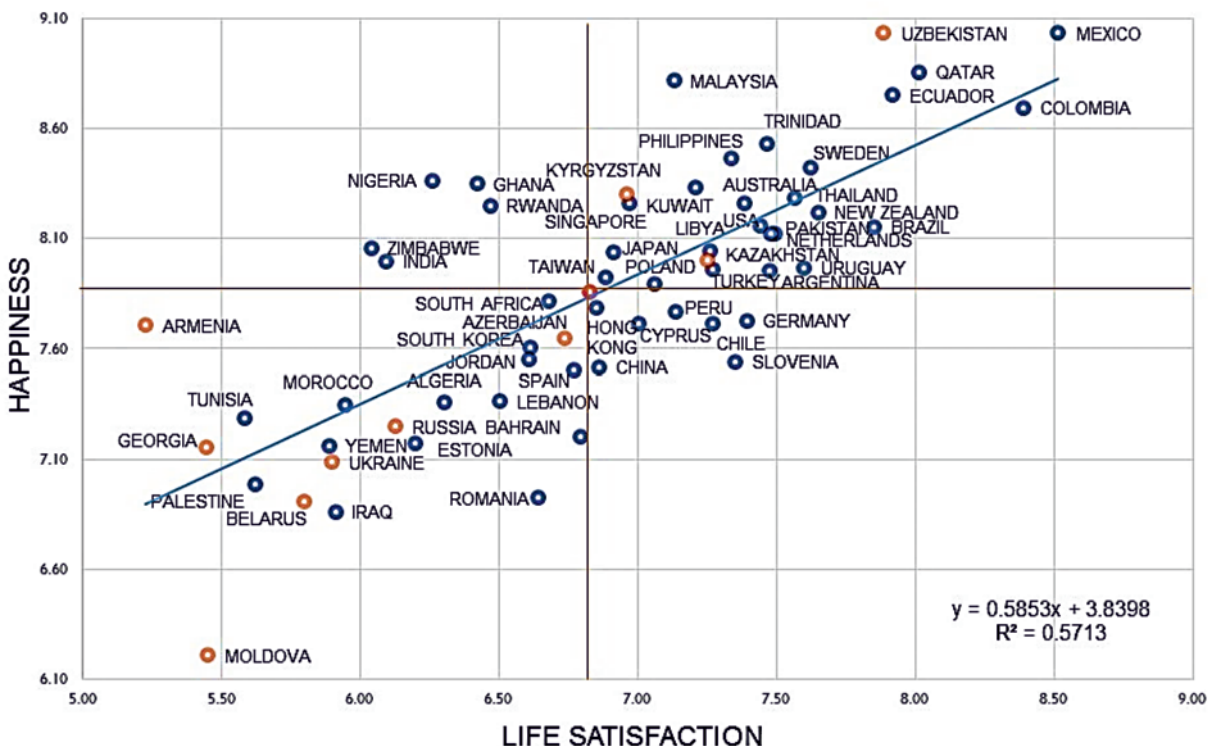
Using the first two indicators allows us allocating all the countries on the imaginary world

map (Figure 1). Two axes show the level of population happiness (OY) and life satisfaction (OX) for every surveyed country. We use the «world mean» (mean for the aggregated wave data-set) to divide all the countries into four clusters. Analysing general trends, should be stated that people are inclined to give higher estimations to their happiness while the level of life satisfaction – which reflects a more rationale assessment of state of different domain of one’s life – is usually a bit lower.

The correlation between life satisfaction and happiness of the population is quite high (0.46). Thus, groups of countries where the population is happy, but not satisfied or satisfied with the life, but unhappy are relatively small. Countries whose population reports being happy and satisfied are mainly located in Latin America (Mexico, Columbia, Ecuador, Brazil) and South and South-East Asia (Philippines, Malaysia, Japan, Singapore). To the countries with the happiest population belong also Nordic European countries (Denmark, Sweden, Norway, Netherlands), Australia, New Zealand and the USA. Countries whose population reports being generally satisfied with the life, but less happy are most countries of Central Europe (Germany, Slovenia, Spain, Poland), also some Asian (Hong Kong, China) and Latin American countries (Peru, Chile). Inglehart noted that generally lower lev-

Figure 1

Population Happiness and Life Satisfaction**



*Country means are presented on the chart; values vary from 1 (low level) to 10 (high level)

**Red line = world mean

Source: World Values Survey 6 (2010-2014)

els of happiness and life satisfaction are inherent to post-socialist and post-communist countries in different parts of the world [10].

Countries whose population is happy, but less satisfied with the life are primarily developing countries from Asia and Africa (Zimbabwe, Ghana, Nigeria, Rwanda). Countries whose population is less happy or unhappy and less satisfied with the life, are countries of Middle East and North Africa (Morocco, Tunisia, Yemen, Bahrain, Lebanon, Jordan, Iraq) whose population has been involved into the revolutions and unrests in in 2011-2014. In particular, the lowest level of happiness and life satisfaction is noted in Egypt with the both indicators hardly reaching 5.00 on a 10-point scale. For a comparison, oil-exporting countries of GCC -Gulf Cooperation Council- report much high levels of happiness and life satisfaction, belonging in this regard to the same group as Norway, Sweden etc. In particular, Qatar is the third happiest country (after Mexico and Uzbekistan) and the second country in terms of population life satisfaction (after Mexico and Colombia).

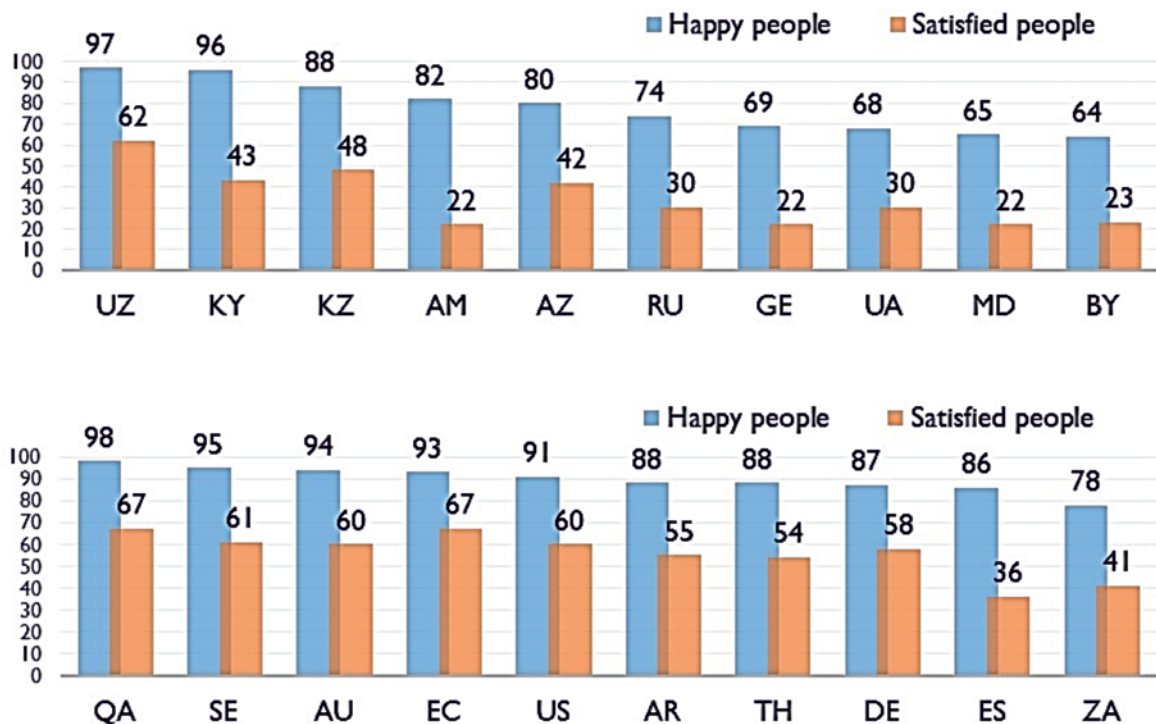
Looking at transitional societies of Post-Soviet Eurasia, we can see that they are divided into two groups: countries of Eastern Europe (Moldova, Ukraine, Russia and Belarus) as well as Georgia and Armenia report very low levels of both population happiness and life satisfaction. While Central Asian countries (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Uzbekistan) as well as partly Azerbaijan belong to a group on the opposite side of the scale. The lowest level of population happiness and life satisfaction is fixed in Moldova while the highest – in Uzbekistan. Thus, historical development in details studied by Inglehart including the number of years under communist rule, has certain limitations as a factor influencing population happiness, and despite approximately similar number of the years spent within the USSR by Central Asian and Eastern European countries, nowadays these countries reveal different levels of satisfaction with their life [10].

Another important group of factors is cultural and religious. In particular, primarily Orthodox countries of Eastern Europe, as well as Orthodox Georgia and Armenia are much less happy and less satisfied with their life than Central Asian countries and Azerbaijan where religious majority (60% and more) is represented by Muslims. Despite the proved evidence that majority of world's happiest countries are represented by historically Protestant societies, particular religious denomination per se cannot be considered as a predictor of happiness. For instance, Muslim societies of Northern Africa reveal quite low levels of population happiness comparing to Muslim Gulf and central Asian States. Besides, among world's happiest nations are also primarily Catholic Mexico, Philippines and Brazil, but at the same time Poland and

gызстан, Uzbekistan) as well as partly Azerbaijan belong to a group on the opposite side of the scale. The lowest level of population happiness and life satisfaction is fixed in Moldova while the highest – in Uzbekistan. Thus, historical development in details studied by Inglehart including the number of years under communist rule, has certain limitations as a factor influencing population happiness, and despite approximately similar number of the years spent within the USSR by Central Asian and Eastern European countries, nowadays these countries reveal different levels of satisfaction with their life [10].

Figure 2

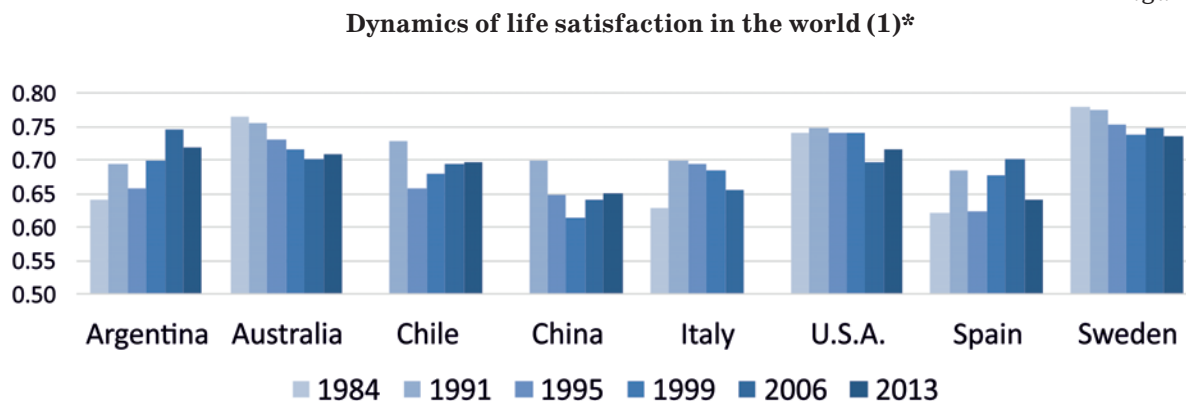
Happiness and General life satisfaction in Post-Soviet Eurasia and other countries (%)*



*Happy people=very happy + rather happy;

Satisfied people = 8+9+10 on a 10-point scale Source: World Values Survey 6 (2010-2014)

Figure 3



* General Life Satisfaction Index varies from 0 to 1

Source: World Values Survey 1 to 6 (1981-2014)

Spain where the part of Catholics is around 87% and 70% correspondingly indicate much lower levels of population happiness. Thus, importance of religion as the predictor of happiness could be understood through its role as a part of the culture, forming people's norms, traditions, behavioural practices and attitudes.

World Happiness Report 2015 provides a slightly different hierarchy of world countries in terms of population happiness. Due to a different methodology of measurement (ranking is based on means for a Cantril ladder as surveyed by World Gallup Poll), the respondents are asked to estimate their current life in terms of "best" and "worst" possible life for themselves: «Please imagine a ladder with steps numbered from zero at the bottom to ten at the top. Suppose we say that the top of the ladder represents the best possible life for you and the bottom of the ladder represents the worst possible life for you. If the top step is 10 and the bottom step is 0, on which step of the ladder do you feel you personally stand at the present time?». Thus, the focus in such estimation exercise is moved from simple categories of «happiness» and «satisfaction» into the sphere of comparison and evaluation of one's life in terms of achievement, under-achievement and potential life heights. The top ranks in the World Happiness Report hierarchy belong to Nordic and Western European countries (Switzerland, Denmark, Iceland, Norway), and also Canada and the USA. The Report places lower countries of Central and Latin America with Mexico being on 14 place as well as the countries of GCC with the UAE leading the list and being on position 20 [13].

One of the statements, being quite widespread in the literature, is that transitional societies and in particular countries of Post-Soviet Eurasia are characterized by low levels of population happiness. Looking at the survey findings in more detail (Figure 2), could be noted that the level of population happiness in post-Soviet

countries does not differ so much from other world countries. The level of happiness exceeds 90% in Sweden, Qatar, but also in Uzbekistan, Kyrgyzstan, Kazakhstan with being at the level of 60-80% in the remaining countries of former USSR. However, essential difference exists in the level of population satisfaction with life with varying from 41% in South Africa to 67% in Ecuador and Qatar and only 22% in Moldova and Armenia (which is three times less) and up to 62% in Uzbekistan.

Looking at the dynamics of life satisfaction over time, different patterns could be found in different parts of the world. We use the General Life Satisfaction index on a scale from 0 (low level) to 1 (high level) calculated for all 6 waves of the World Values Survey. Looking at the countries who participated in all 6 waves of the study, dynamics of this index for the whole period -from 1981 to 2013- could be traced. All the countries reveal different national patterns. For instance, life satisfaction has reduced over time in Australia, USA and Sweden. Dynamics is ambiguous and controversial is Spain. Slight increase of life satisfaction has shown population of Argentina. Life satisfaction in Chile and China has decreased between 1984 and 1991, but is slowly increasing since then. Despite all these changes, in general level of life satisfaction in all the countries remains stable: the variation hardly exceeds one decimal (0.1) in the 30-years period. This allows a conclusion that the level of life satisfaction differs more essentially between the countries and regions rather than inside the countries. In particular, in his analysis Inglehart concluded that «it seems that cultures, as well as individuals, have a normal baseline level of well-being that varies only moderately in response to current event» [9]. In his earlier work Inglehart (1990) demonstrated that life satisfaction levels were quite stable in the period between 1973 and 1988 in most West European countries. Similar findings have been



* General Life Satisfaction Index varies from 0 to 1
 Source: World Values Survey 1 to 6 (1981-2014)

presented by Easterlin (2005), Diener and Oishi (2000) and Krueger (2006) [14]. Thus, we can talk about certain «national» level (or rather interval) of life satisfaction which is relevant for a particular world country and does not change essentially unless some dramatic changes occur.

Following the conclusion made in the last paragraph, it would be relevant to test this theory on transitional societies of post-Soviet Eurasia (Figure 4). We use the same time-framework (1984-2013) and those countries who participated in at least 2 survey waves. Due to organizational limitations, the only country that participated in the first WVS wave was Russia (country region proved to be representative for the nation-level results). In wave two the survey was joined by Belarus, and in wave 3 – by all the other countries. Among the countries of Central Asia, data on dynamics of life satisfaction is available only for Kyrgyzstan. Looking at patterns, a different picture could be observed in this part of the world. Almost all the countries are characterized by increase of life satisfaction between 1999 and 2013 with year 1995 being the lowest point on every nation's chart. Data available for Russia and Belarus for 1984-1991 indicates that the level of life satisfaction was quite high in these countries before the collapse of Soviet Union – 0.67 on a scale from 0 to 1 which is equal to the level of life satisfaction in Italy, for instance. However, in 1995 this indicator went down to 0.35 in Russia (which is 2 times lower than before the transition) and 0.36 in Belarus. Similar paths of historical development and features of social and economic transformations in the period between 1991 and 1995 allows to suggest that Ukraine, Moldova, Armenia and Azerbaijan might have had similar high levels of life satisfaction in 1984 before the post-Soviet transition began which later have decreased 2-3 times during the social and economic crisis in the 1990s with the consequent low recovery in 2000-2015.

Therefore, developing the theory of «national» levels of life satisfaction for particular cultures, we have reasons to assume that the actual «national» level of life satisfaction in most post-Soviet countries is actually much higher and successful completion of social, politic and economic reforms might lead to restoration of life satisfaction and increase of population happiness up to a «normal baseline». Lack of data on countries of Central Asia does not allow to check this theory for this part of the world though.

Subjective Well-being Index

We calculate the Subjective Well-being Index basing on two indicators described above using the formula as suggested by Inglehart and Welzel. It allows to neutralize the extremes as well as inconsistent values for happiness and general life satisfaction [12]. Taking into account the relative stability of the level of happiness and life satisfaction over time, as has been proved in previous section, we use the data from both WVS wave 5 (2005-2009) and WVS 6 (2010-2014). For the compact presentation of the countries hierarchy, we divide countries in a number of groups by regions (Figure 5). Obtained ranking to a large extent corresponds with the countries distribution in Figure 1. Countries with the highest values of Subjective Well-being are primarily Western and Northern European countries, USA, Canada Australia, but also several countries of Central and Latin America as well as South-East Asia. Countries of Central and Southern Europe are characterized by lower subjective well-being, in particular some of them (Hungary, Romania, Lithuania, Serbia and Bulgaria) in terms of population well-being are on the same level as Ukraine, Russia, Belarus, Armenia and Moldova. Central Asian countries reveal much higher levels of subjective well-being and reach the bottom line of Western and Northern European group.

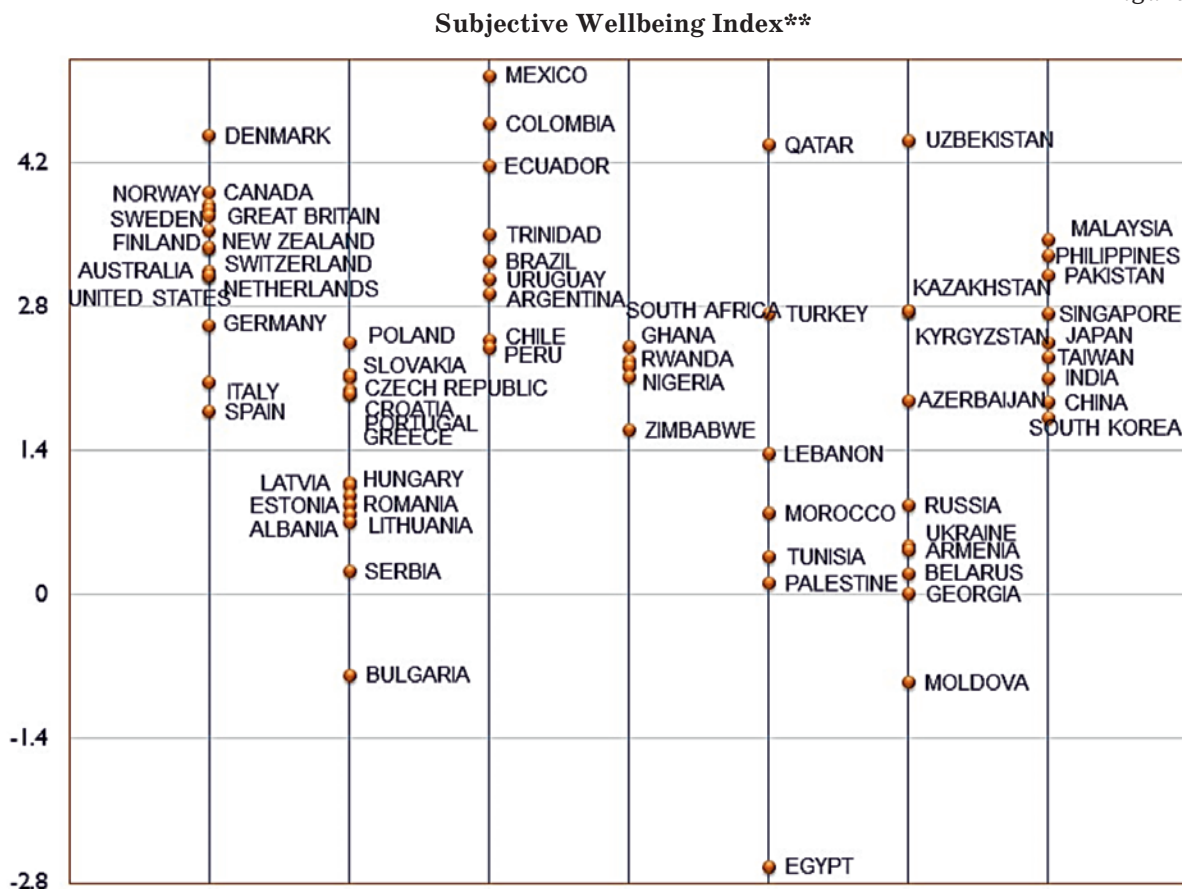
Taking into account that the level of population well-being differs so much between world

countries and regions, in the current paper we will analyse predictors of well-being in order to find out if different levels of well-being are the result of influence of different factors or not. In other words, we will try to answer the question if there is a common way to population happiness or if country-specific factors have the priority. We use OLS regression with subjective well-being index as dependent variable and a number of variables representing economic, political, social and cultural factors affecting happiness as independent variables. According to the obtained results, there is a number of factors which are affecting population well-being in all world regions. In particular, the strongest factor influencing well-being and life satisfaction is satisfaction with financial situation of the respondent (or in the household). Level of satisfaction with financial condition by itself defines 23.8% of the variance in the level of well-being. Level of income introduced in the same model has an essentially smaller impact on subjective well-being. Thus, for personal well-being more important is own perception of income rather than its absolute value. The second factor defining well-being is respondent's health – both physical and psychological. Self-evaluation of health adds around 8% to the explained variance in the

level well-being, increasing it up to 31.6%. The third major factor which positive affect on subjective well-being is most visible is freedom of choice and control over the own life. These three factors together define 35.7% of variance in the level of subjective well-being and are relevant for all the world countries despite their cultural background, political system or geopolitical location. Among the other factors whose influence is less essential, but still significant could be mentioned values system in the society – emancipative and secular values, feeling of personal security, family status and state policy – democratic rule in the country. The summarizing explanatory capacity of the model is around 38% of variance. WVS-based results on the predictors of population well-being have been confirmed by findings from other studies. In particular, the World Happiness Report proposes the following main factors influencing population happiness: GDP per capita, social support, healthy life expectancy, freedom to make life choices, generosity, and perceptions of corruption [15].

For the analysis of region-specific impact of the factors, all the considered countries have been divided into 6 groups: Central and Latin America (LA), Eastern Europe and Post-Soviet Eurasia (Eurasia), Eastern and South-East

Figure 5



* SWB=GLS-2.5*H

**Countries are divided into groups by world regions for convenience of reading

Source: World Values Survey 5 (2005-2009) and 6 (2010-2014)

Asia (Asia), Sub-Saharan Africa (Africa), Middle East and North African countries (MENA) and the last group includes mainly OECD states (USA, Canada, Australia and the EU member states). Hierarchy of factors is quite similar for all distinguished groups of countries with several exclusions. In particular, economic factors (satisfaction with financial situation) have the biggest influence on population happiness in all the world regions, except for Post-Soviet Eurasia where population health appeared to play the role of the most important factor. Economic development by improving population incomes and the stability of the situation in the country enables satisfaction of basic survival needs and allows to move on the next step of Maslow's pyramid of needs which changes also the values system of the individual and the society. This shift of values has been described as switch from survival values toward self-expression values and free choice which appeared to be a "more direct way to maximize happiness and life satisfaction" [12]. Thus, the strongest correlation between economic factors and population well-being is observed in the countries of Sub-Saharan Africa and MENA region which belong to societies with prevailing traditional and survival values and lower GDP per capita. It is necessary to add that numerous studies have proved that rising prosperity has a time-limited effect on happiness (Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999; Kahneman, Krueger, Schkade, Schwartz, & Stone, 2004). In long-term perspective, once economic well-being of population reaches a certain mark, further increase in income affects happiness very insubstantially. In short-term perspective, following the increase in income and after a period of adjustment, people return to their baseline level of happiness and well-being which is described by the concept of «hedonic treadmill» [22].

Group of factors comprising dimensions of individual's physical and psychological health are raking on the second place in terms of their influence on happiness. Here special role belongs to freedom of choice and control over own life

which affect well-being and happiness across all major cultural zones [23]. People value freedom and free choice in many societies; the role of personal freedom in predicting happiness and well-being increases with improvement of economic situation and rising economic security. Possibility to control your own life and to have freedom of choice is especially important in countries of Europe, USA, Australia and Canada which have crossed the poverty line long ago and where the role of economic factors is getting less decisive with evolved self-expression and emancipative values moving the issue of personal freedom to the foreground. Citizens of new independent states established in post-Soviet Eurasia also value freedom of choice and possibility to control own life. Despite remaining unresolved issues of economic transition with the majority of population being unsatisfied with their incomes, high value of personal freedom could be explained by both past experience of life in a controlled authoritarian society and newly emerged need for a stable social structures and political institutions which allow to transform everyday life from a patchwork of unpredictable experiences into a system of social exchanges with more or less expected outcomes and thus a possibility to influence them and to control own life.

Link between physical and psychological health and well-being is well described in the literature and self-evident: bad psychological health – depression, psychological disorder – is characterized by condition being opposite to happiness and thus negatively affects well-being. However, such psychological conditions like feeling of insecurity, lack of confidence, feeling of inability to control own life which are common for transitional societies when old social institutions and mechanisms do not work anymore and the new one haven not been established or fully developed yet, also negatively affect well-being and happiness. Health remains an important predictor of well-being in post-Soviet societies as well as in African countries and Western societies.

The link between population well-being and democratic rule is probably one of the best studied by both sociologists and political scientists; theoretical explanation as well as numerous survey evidence are broadly described in the litera-

Table 1

Predictors of Subjective Wellbeing (1)**				
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
Satisfaction with financial situation	.487	.421	.363	.335
State of health		.287	.263	.250
Freedom of choice, control over own life			.215	.191
Emancipative values				.074
Democratic rule in the country				.073
Security in the neighbourhood				.070
National pride				.054
Marital status (having a family/ partner)				.049
Secular values				-.046
Explained variance	.238	.316	.357	.381

* Regression model based on WVS-6 data (2010-2014)

** Standardized coefficients Beta are presented in the table; significance of all coefficients at the level 0.000

Table 2

Predictors of Subjective Wellbeing (2)**

		LA	Eur asia	Asia	Africa	USA, Europe, AU, NZ	MENA
Economic factors	Satisfaction with financial situation	.264	.269	.345	.379	.305	.387
Physical & psychological health	State of health	.242	.317	.226	.301	.302	.240
	Freedom of choice, control over own life	.165	.188	.181	.167	.189	.151
Values	Emancipative values	*	.028	.045	*	.045	.044
	Secular values	-.101	-.025	-.059	*	-.068	-.088
Social & political factors	Democratic rule in the country	*	.064	.089	.057	.044	.069
	National pride	.093	.088	.067	.024	.044	*
	Security in the neighbourhood	.05	*	.079	.084	.067	.169
Demography	Marital status (having a family/ partner)	.065	.080	*	*	.089	.035
	Explained variance	.266	.367	.370	.405	.411	.437

* Regression model based on WVS-6 data (2010-2014)

** Standardized coefficients beta are presented in the table; significance of all coefficients at the level 0.000

ture. In short, democratic regimes provide a wider range of freedoms and free choices which contribute to increase of individual's happiness and well-being, and thus democratic rule and democratic government are one of predictors of population well-being. However, democratization per se does not automatically make population happier; an important factor remains performance of political institutions and the way how democracy works in the country. Successful and well-functioning democracies not only contribute to higher well-being of society, but also tend to reduce gaps in the level of happiness between different social groups and classes in society [24].

Declared democratic vector of political transformations in post-Soviet states did not automatically provide higher level of population well-being. The effect from democracy on well-being in these countries will be more clearly observed after political systems finish the transition and after the final shaping of the political regimes. An important dimension in defining the influence of democratic government and political regime on population well-being is the performance of the political system and political institutions. If performance of the government, parliament, political parties and other bodies is estimated by population as very low – like in Ukraine, Moldova, Georgia, for example – this might cause a negative correlation between well-being and development of political system despite its declared ideology.

Among the other important groups of factors affecting well-being could be mentioned value system in the society. Intolerant social norms which are often elements of non-democratic political regimes narrow and restrict people's life choices and reduce well-being of population. Support for gender equality and tolerance of outgroups are strongly linked with happiness because living in a tolerant society enhances everyone's freedom of choice. Feeling of security in

the neighbourhood to a certain extent affects well-being in all countries, but most important this factor is in the MENA region where in the last several years characterized by population uprisings and activation of terrorism people started valuing security much higher. Among demographical characteristics being relevant for all cultural zones as predictor of happiness and well-being is marital status: those respondents who report being in registered relationship or unregistered partnership both reveal higher level of happiness.

Previous section considers a number of factors affecting population well-being. However, only one of the analysed factors belong to the group of social and demographic characteristics. Does it mean that members of all different social groups are equally happy and have same levels of well-being? No at all. The reason for omitting demographic factors in regression model is that their influence on well-being in different parts of the world is ambivalent. We will consider now the level of happiness inside different social and demographic groups on the example of 5 countries: Ukraine, Belarus, Kyrgyzstan, Sweden and Brazil. Three out of five countries represent Post-Soviet Eurasia while Sweden and Brazil belong to societies with high level of population happiness and well-being and could be used for comparison. Inside each of the national datasets we have built 2 groups: a group of «happy» people (those who reported about high level of both personal happiness and life satisfaction) and «unhappy» people (those respondents who noted that they are both unhappy and unsatisfied with their life). Groups have different size inside each of the samples. Comparing social and demographic portrait of «happy» and «unhappy» people the first finding is that there is no difference in the level of happiness between male and female respondents and thus they are more or less equal in the level of subjective well-being.

The first characteristic which has essential influence on happiness is age. This observation is particularly relevant for Ukraine and Belarus (and we have reasons to extend it to other Eastern-European post-communist countries) where the part of «happy people» among those aged 18-35 is 41% and 30% correspondingly while among respondents in the age of 56 and older – only 20% and 16%. This means that in the group of people who are older than 55 only one out of five respondents consider themselves being happy while the other four report being unhappy and much less satisfied with their life. Looking at the link between age and happiness, we can observe a completely different pattern in the other countries. In particular, in the population of Qatar and Sweden older people (55 years and more) appear to be happier than young and middle-aged respondents: 68-73% «happy» among older respondents while only 52-61% are «happy» among young people in the age of 18-35. Population of Kyrgyzstan does not reveal any difference in the level of happiness among people of different age. Such countries like Germany and Spain, despite having a lower level of population happiness than Qatar, Sweden and Kyrgyzstan, also have equally happy age groups in their population.

Certain influence on population well-being has the level of education. In particular, in Ukraine, Sweden and Kyrgyzstan respondents who obtained higher education tend to be happier and report higher level of well-being. Should be added, that the link between education and happiness is much stronger than, for example, between education and life satisfaction. In Belarus which similar to Ukraine has quite a high percent (over 40%) of population with higher education, there is no significant difference in the level of education between «happy» and «unhappy» people. In Brazil the percent of people with higher education is essentially low (16%) and it does not affect population happiness essentially. In general, countries of Central and Latin America which are characterized by very high level of population happiness (Mexico – happiest country, according to WVS-6) constitute one of the main «puzzles» in explaining this happiness. Taking into account the leading role of GDP in affecting nation's happiness, in OECD countries high GDP could be used to explain high happiness while in post-communist countries low level of GDP could be used to explain correspondingly low level of population happiness. Latin American countries in this regard stay out of the trend, having low GDP per capita and high level of population happiness. As a partial confirmation of the challenging nature of population happiness in Latin American countries, the regression model developed in previous section has the weakest explanatory capacity exactly for LA region.

Another characteristic which was tested is the settlement type. According to the analysis results for 5 selected countries, there is no different in settlement patterns of «happy» and «unhappy» people. Approximately equal parts of them live in small towns and villages and big cities. This observation is valid despite the different level of urbanisation in the selected 5 countries as well as different traditions of city size. Two other characteristics which have certain impact on population well-being is social class and level of income. «Happy» respondents in general put themselves on higher steps on social ladder as well as report higher level of income. This correlation is working for all the analysed countries except for Brazil where only the level of income matters. The biggest difference in social class and level of income between «happy» and «unhappy» people is in Ukraine and Belarus. In the other countries it constitutes only few percent. Finally, absent of work affects population happiness and well-being primarily in Ukraine where among unhappy people around 50% reported that they do not have paid job (this groups in addition to unemployed economically active population, includes also pensioners, housewives etc.).

Conclusions

Population happiness and well-being have been essentially affected by social, political and economic transformations in the former Soviet Republics of Eastern Europe, Southern Caucasus and Central Asia. The curve reflecting dynamics of population well-being in this period of time has a well-formed U-shape with both indicators going rapidly down in the 90s during the times of political and economic crisis and their slow recovery after 2000. None of the countries has reached yet the pre-transition level of well-being as fixed in 1984. Population happiness and well-being represent a complex assessment of life in the country and thus a pre-condition of further restoration of population well-being in these states would be finalization of post-soviet transformations and establishment of stable and flourishing economic, political and social systems.

Summarizing the description of happy people, we can conclude that «happy» people are often better educated, have higher income, belong to a higher social class, are equally often male or female and – depending on the particular country or world region – can belong to different age groups. A peculiarity of post-Soviet Eurasia is that in most of these countries happiness is a distinctive feature of youngsters while middle-aged and older generation feel much less happy and less satisfied with their life.

Among the factors affecting population well-being in Post-Soviet states are malfunction of economic system and low incomes, poor perfor-

mance of social and political institutions, situation of instability and uncertainty in the country. All 10 analysed post-Soviet societies have different patterns of population well-being. Countries of Central Asia are characterized by much higher levels of population happiness than Eastern European societies. Possible explanation lies in the field of cultural, religious and social peculiarities of these societies. Despite higher scores of democratic development given to Ukraine, Georgia and Moldova by Freedom house, population happiness is higher in such less democratic countries like Russia and Azerbaijan which is explained by higher stability of political and economic situation in these states. Except for economic and political factors, freedom of choice and possibility to control own life and make own choices plays an essential role in defining peoples' happiness. For this reason,

population happiness could be low in more controlling states like Belarus, for example.

The latest wave of the World Values Survey is dated with 2012 and thus does not cover the recently emerged period of political tension in Eastern Europe. We expect that developed military conflict and consequent economic crisis in Ukraine, Russia as well as on-going political tensions in Ukraine and Moldova and recently activated military conflict between Armenia and Azerbaijan contribute to further destabilization of national systems in these countries and thus most likely affect negatively population well-being in these states. At the same time, in countries less affected by geopolitical crisis in the region (like Belarus and Central Asians states) the level of population happiness and well-being might be characterized by further positive dynamics.

References

1. Haerpfer C., Kizilova K. Chapter 7. Support for Democracy in Post-communist Europe and Post-Soviet Eurasia // *The Civic Culture Transformed* / Editorial Board: Russell J. Dalton, Christian Welzel - Cambridge University Press, 2014. – pp. 158-190.
2. Aristotle, Jowett, B., & Davis, H.W.C. *Aristotle's Politics*. Oxford: at the Clarendon Press. 1920.
3. Bentham, J. 1789. *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.
4. Rakove, Jack N. (2009). *The Annotated U.S. Constitution and Declaration of Independence*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press. pp. 7–22. ISBN 0674036069.
5. Seligman, M. *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-Being*, 2011, Free Press.
6. World Happiness Report 2012. New York: Sustainable Development Solutions Network
7. Sachs, J. *Happiness and Sustainable Development: Concepts and Evidence*. World Happiness Report 2016. New York: Sustainable Development Solutions Network. Pp. 56-63.
8. Veenhoven, R. (2004). Happiness as a public policy aim: the greatest happiness principle. In P.A. Linley & S. Joseph (Eds), *Positive Psychology in Practice* (pp. 658–678).
9. Lykken, D. and Tellegen, A. 1996. Happiness is a stochastic phenomenon. *Psychological Science* 7: 186-89.
10. Inglehart, R., & Klingemann, H.D. (2000). Genes, culture, democracy and happiness. In E. Diener & E. Suh (Eds.), *Subjective well-being across cultures* (pp. 165–183). Cambridge, MA: MIT Press.
11. World Values Survey (www.worldvaluessurvey.org)
12. Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C., Welzel, C. *Development, Freedom, and Rising Happiness: A Global Perspective (1981–2007)*. *Perspective on Psychological Science*, 2008, volume 3, issue 4. – pp. 164-285.
13. World Happiness Report 2015. New York: Sustainable Development Solutions Network
14. Inglehart, R. *Culture Shift in advanced Industrial Society*. 1990. Princeton: Princeton University Press.
15. World Happiness Report 2013. New York: Sustainable Development Solutions Network
16. Haerpfer C., Kizilova K. Support for political system and democracy in New Independent States // *Bulletin of V.N.Karazin Kharkiv National University* № 2001, series «Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods», issue 32. – 2014. – Pp. 118-125.
17. Haerpfer C., Kizilova K. Political Involvement of Citizens in Belarus and Ukraine: A Comparison with Russia, Moldova and Caucasus. *International Relations and Diplomacy*, ISSN 2328-2134. June 2014, Vol. 2, No. 6, 361-369.
18. Duncan, G. (2010) 'Should happiness-maximization be the goal of government?' *Journal of Happiness Studies*, Volume 11, Number 2, 163-178. DOI: 10.1007/s10902-008-9129-y
19. Helliwell, J. F. 2001 Social capital, the economy and wellbeing. In *The review of economic performance and social progress* (ed. K. Banting, A. Sharpe & F. St-Hilaire), pp. 43–60. Montreal and Ottawa: Institute for Research on Public Policy and Centre for the Study of Living Standards.
20. Helliwell, J. F. & Putnam, R. D. 1995 Economic growth and social capital in Italy. *Eastern Econ. J.* 21, 295–307.
21. Helliwell, J.F., Huang, H., & Wang. S. 2015. The Geography of World Happiness. In *World Happiness Report 2015*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
22. Lykken, David, and Auke Tellegen. «Happiness Is A Stochastic Phenomenon». *Psychological Science* 7.3 (1996): 186-189. Print.
23. Welzel, C., Inglehart, R., & Klingemann, H.D. (2003). The theory of human development: A cross-cultural analysis. *European Journal of Political Research*, 42, 341–379.
24. Ott, J. C. «Government and Happiness in 130 Countries: Good Governance Fosters Higher Level and More Equality of Happiness». *Social Indicators Research*, Vol. 102, No. 1 (May 2011): 3-22. JSTOR. Web. 17 Sept. 2015.

Оксана Даниленко

*доктор социологических наук, профессор кафедры политической социологии
Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина*

Oksana Danylenko

*Doctor of Social Sciences, Professor at Department of Political Sociology,
V.N. Karasin Kharkiv National University*

«ВОЗВРАЩАЮЩИЙСЯ ДОМОЙ» В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ: ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

В статье анализируются возможности применения и развития идей социологии повседневности А. Шюца к исследованию жизненного мира украинских воинов, возвращающихся домой из зоны АТО. В частности, акцентируется внимание на его работе «The Homecomer» (1945, Chicago), в которой проблема дома рассматривалась применительно к солдату, вернувшемуся в родной дом, который предстает перед ним совсем не таким, каким он был, каким он ожидал его увидеть. Рассматриваются ключевые идеи и понятия социологии повседневности, которые могут быть включены в понятийный аппарат социологического исследования жизненного мира украинских воинов, возвращающихся домой из зоны АТО. Обосновываются возможности и перспективы научного анализа проблем возвращающегося домой солдата в пересечении социологии конфликта и социологии повседневности. Особое внимание обращается на необходимость учета соотношения трансформаций жизненного мира и образа конфликта, а также ситуации конфликта интерпретаций.

Ключевые слова: жизненный мир, дом, биографически детерминированная ситуация, система релевантности, конфликт, образ конфликта, «возвращающийся домой» солдат.

This article analyzes the possibilities of application and development of ideas of sociology of everyday life by A. Schutz's to the study of the lifeworld of Ukrainian soldiers returning home from the ATO zone. In particular, attention is focused on his work «The Homecomer» (1945, Chicago), in which the problem of the house was considered in relation to the soldier, who had returned to his home, which appears to him not for what it was, what he was expecting to see. The key ideas and concepts of the sociology of everyday life, which can be included in the conceptual apparatus of the sociological study of the lifeworld of Ukrainian soldiers returning home from the ATO zone are considered. The possibility and prospects of studying problems of the soldier returning home at the intersection of sociology of conflict and sociology of everyday life are grounded. Special attention is paid to the fact that it is necessary to take into account the ratio of the lifeworld transformation and the image of conflict, as well as the situation of conflict of interpretations.

Keywords: Lifeworld, home, biographically determined situation, system of relevance, conflict, image of the conflict, «the homecomer» soldier.

У статті аналізуються можливості застосування та розвитку ідей соціології повсякденності А. Шюца до дослідження життєвого світу українських воїнів, які повертаються додому із зони АТО. Зокрема, акцентується увага на його роботі «The Homecomer» (1945, Chicago), в якій проблема дому розглядалася стосовно солдата, що повернувся до рідного дому, який виявляється зовсім не таким, яким він був, яким він очікував його побачити. Розглядаються ключові ідеї і поняття соціології повсякденності, які можуть бути включені до понятийного апарату дослідження життєвого світу українських воїнів, які повертаються додому із зони АТО. Обґрунтовуються можливості і перспективи наукового аналізу проблем солдата, який повертається додому, в перетині соціології конфлікту

і соціології повсякденності. Особлива увага звертається на необхідність врахування співвідношення трансформацій життєвого світу і образу конфлікту, а також ситуації конфлікту інтерпретацій.

Ключові слова: життєвий світ, дім, біографічно детермінована ситуація, система релевантності, конфлікт, образ конфлікту, солдат, «який повертається додому».

Исследовать современное украинское общество и конфликты, в которые оказалась вовлечена Украина, невозможно без учета того, что на востоке нашей страны ведутся военные действия. Жители из всех областей Украины, будучи призванными в армию в рамках частичной мобилизации, воюют на востоке Украины или, если использовать официальное название, участвуют в антитеррористической операции (АТО). На данный момент уже было шесть волн мобилизации и три волны демобилизации. И вот солдаты и офицеры возвращаются домой.

Социологам важно найти ответы на вызовы, возникающие перед вернувшимися домой воинами, и на вызовы, которые ставит перед обществом и войной, и возвращение к мирной жизни участников военных действий. И это необходимо делать, учитывая многообразие проявлений повседневности, поэтому актуализируются идеи социологии повседневности Альфреда Шюца, прежде всего изложенные в его работах «Возвращающийся домой» ([1], [2], [3]) и «Чужой: социально-психологический очерк» [4]. Эти работы можно рассматривать как «две стороны одной медали», что подчеркивается в современных исследованиях по социологии повседневности немецких социологов [5].

Работа «Возвращающийся домой» была впервые опубликована А. Шюцем на английском языке в марте 1945 года [2] в США (как известно, А. Шюц эмигрировал в США из Австрии во время второй мировой войны, спасаясь от нацистского режима). В период написания А. Шюцем этой работы участники второй мировой войны уже начали возвращаться домой. Возможно, на выбор темы повлиял личный опыт А. Шюца, в частности его участие в военных действиях во время первой мировой войны и возвращение домой. Можно предположить, что и в работе «Чужой: социально-психологический очерк» содержатся элементы авторской рефлексии, отображающей биографическую ситуацию А. Шюца, что вполне созвучно его идеям как основоположника социологии повседневности, где ключевыми понятиями являются «биографически детерминированная ситуация», «система релевантности», «возникновение темы», «типы релевантности» (тематическая, интерпретационная, мотивационная). Всё это может быть проиллюстрировано уже самим «вы-

бором тем» и вариантом их биографического раскрытия.

Цель данной статьи – выявить возможности использования основных идей социологии повседневности и социологии конфликта в исследовании жизненного мира украинских воинов, возвращающихся домой из зоны АТО.

А. Шюц, как известно, не занимался непосредственно проблематикой конфликта. В современных социологических учебниках «социология конфликта» и «социология повседневности» характеризуются как две различные парадигмы социологического знания. А. Шюца волновала прежде всего веберовская проблема «понимания», именно идеи М. Вебера вдохновили его заняться социологией. Тем не менее, следует заметить, что работы А. Шюца содержат целый ряд идей, которые позволяют говорить о том, что обращение к системе понятий социологии повседневности способствует многомерному осмыслению проблемы социальных конфликтов, обращая внимание на жизненный мир повседневности. В этом контексте работы «Чужой: социально-психологический очерк» и «Возвращающийся домой» представляют особый интерес. Эти работы содержат методологию анализа, которая могла бы быть применена к исследованию жизненного мира вынужденных переселенцев в Украине, однако в данной статье мы будем концентрировать свое внимание на перспективах исследования жизненного мира украинского воина, возвращающегося домой.

Методологической основой исследования повседневного жизненного мира являются не только работы А. Шюца (базовые принципы исследования жизненного мира изложены в его работе «О множественных реальностях» [6], где рассматривается соотношение повседневного жизненного мира с другими конечными областями значения). Важно также учитывать современные интерпретации в русле социологии повседневности и социологии знания, в частности, работы немецких социологов, фокусирующие внимание на различных вариантах проявления жизненного мира, основных характеристиках повседневности (Р. Граттхофф [7], Х. Г. Зёфнер [8], И. Срубар [9], [10], А. Бош [11]), на процессах социального конструирования реальности (П. Бергер, Т. Лукман [12]), в том числе ее коммуникативного конструирования (Х. Кноблаух [13], Р. Келлер [14]). Отметим несколько работ

в немецкой социологии повседневности, которые, развивая идеи А. Шюца, дают современные интерпретации проблем «чужого» и «возвращающегося домой». Это прежде всего научные труды немецких социологов Б. Вандельфельса («Чужой и возвращающийся домой: фигуры чуждости у А. Шюца», 2003 [5]), М. Энглехарта («История жизни и история общества. Биографии гонимых родиной времён второй мировой войны», 2014 [15]), а также труды Р. Штихве («Включение и исключение», 2005 [16], «Чужой», 2010 [17]). Релевантна исследованию проблемы жизненного мира возвращающегося домой солдата также работа И. Срубара «Жизненный мир и травма» (2014) [18], поскольку в ней ставится вопрос о том, действительно ли повседневный жизненный мир непроблематичен, чем ставится под вопрос ключевая характеристика понятия «повседневный жизненный мир» («alltägliche Lebenswelt») А. Шюца – непроблематичность.

Охарактеризуем ключевые идеи А. Шюца и возможные варианты их применения к исследованию украинского солдата, акцентируя внимание на том, какие из идей А. Шюца можно применить к анализу случая украинского солдата, а какие из них – нуждаются в дополнительной адаптации с учетом уникальности ситуации в нашей стране.

Ключевая идея работы «Возвращающийся домой» заключается в том, что шок человека, вернувшегося домой и пережившего экстремально новый опыт, подобен шоку Одиссея. А. Шюц подчеркивает, что возвращающемуся домой показывает совершенно иное лицо. Он ожидает увидеть дом таким, каким он его оставил, но видит его другим, поскольку сам изменился под влиянием произошедших в его жизни событий. Это связано с тем, что возвратившийся солдат длительное время был включен в повседневность, организованную по-иному, чем это было «дома». Для солдата этот опыт, кроме того, является экстремальным, разрыв повседневности и неожиданный шок проявляется крайне сильно. Целый пласт повседневного опыта, определяющего рамку восприятия и интерпретации повседневных ситуаций, оказался различным для тех, кто составлял «мы-группу», где «отношения лицом-к-лицу» были непроблематичны, все было само собой разумеющимся, дом был местом, где все было опривычено и непроблематично, где ранее совпадение системы релевантности было максимальным за счет каждодневного совместного переживания повседневности. И вот, на какое-то время повседневность стала различной для солдата и для членов его семьи. Повседневность для А. Шюца – это «здесь-моего-тела» и «сейчас-моего-времени» И на какое-то время «здесь-

моего-тела» стало различным для солдата и для тех, кто остался дома. У пережившего новый, экстремальный опыт солдата меняется система релевантности, что приводит к несовпадению систем релевантности, вызывает, как считает А. Шюц, непонимание и, конечно, добавим мы, может приводить к возникновению специфических типов конфликтов. Для глубинного понимания их причин недостаточно взгляда психологов и помощи психологов, здесь нужен и взгляд социологов, а именно – обращение к социологии повседневности. В связи с этим идеи А. Шюца очень актуальны сегодня для украинского общества, именно поэтому представляется важным использование его ключевых идей при поиске ответов на поставленные выше вопросы.

В центре внимания работы А. Шюца «Возвращающийся домой» помимо таких понятий, как «система релевантности», «биографически детерминированная ситуация», оказывается понятие «дом». Причем А. Шюц подчеркивает особую роль субъективных интерпретаций, связанных со множеством смыслов и значений: «Символическая характеристика понятия “дом” эмоционально окрашена и трудна для описания. Дом означает различные вещи для разных людей. Он означает, конечно, отцовский дом и родной язык, семью, друзей, любимый пейзаж и песни, что пела нам мать, определенным образом приготовленную пищу, привычные повседневные вещи, фольклор и личные привычки, – короче, особый способ жизни, составленный из маленьких и привычных элементов, дорогих нам...» [3, с. 551]. При этом А. Шюц подчеркивает, что «...дом означает одно для человека, который никогда не покидает его, другое – для того, кто обитает вдали от него, и третье – для тех, кто в него возвращается» [3, с. 551]. А. Шюц пытается выйти на интересующие характеристики дома, что позволяет уловить за субъективными интерпретациями его общие особенности восприятия дома.

Проанализируем более подробно, как рассматривает А. Шюц понятие «дом», поскольку без понимания того, что для социологии повседневности важно при изучении дома, невозможно понять ситуацию возвращающегося домой – какие и почему несет эта ситуация проблемы и конфликты. И хотя дом, как отмечает А. Шюц, имеет множество различных вариантов интерпретации и выражения через набор повседневных вещей, символизирующих дом, есть то, что объединяет различные варианты понимания дома: «чувствовать себя, как дома» означает высшую степень близости и интимности [3, с. 551]. С чем это связано? С тем, что жизнь дома – привычное, обычное, рутинное следование принятым образцам, позволяющее справляться с потоком

повседневности благодаря обращению к типизациям, которые ранее всегда срабатывали в подобных повседневных ситуациях: «Домашняя жизнь следует организованным рутинным образцам, она имеет хорошо определенные цели и апробированные средства, состоящие из набора традиций, привычек, институтов, распорядка всех видов деятельности» [3, с. 551]. Определяет обрабатывание этих медаданных, то, что способом жизни дома, по мнению А. Шюца, управляет общая для всех членов группы (первичной группы) схема выражений и интерпретаций. Это непосредственно связано с системой релевантностей: «Система релевантностей, принятая членами моей группы, демонстрирует высокую степень конформности. Я всегда имею шанс – субъективно или объективно – предсказать действия другого в отношении меня, равно как и их реакцию на мои действия» [3, с. 551]. Это также обусловлено тем, что мы разделяем повседневность с членами первичной группы (при этом важно помнить, что повседневность предполагает «здесь моего тела» и «сейчас моего времени»). В каждодневных разделяемых повседневных практиках мы совместно вырабатываем комфортный вариант конструирования повседневности как сферы непроблематичного, осуществляя это через каждодневные повседневные практики, на фоне которых получаем ежедневно сходный повседневный опыт. Здесь следует вспомнить, как определяет повседневность один из современных представителей социологии повседневности Р. Граттхофф: «Повседневность – конкретное и живое, полное жизни богатство опыта, в котором действующие акторы непрерывно в интеракциях конструируют, репродуцируют (воспроизводят) и трансформируют социальную действительность» [7, с. 68]. Это определение привлекает внимание, поскольку в нем подчеркивается конструктивистский аспект исследования повседневности. В этом процессе конструирования особую роль играют смыслы, которыми наделяют одни и те же явления и события участники социального взаимодействия.

При изучении солдат, вернувшихся домой, с использованием социологии повседневности и идей дома А. Шюца получают новые звучание следующие вопросы. Как адаптируются к мирной жизни демобилизованные воины украинской армии? Что испытывают возвращающиеся домой? С какими конфликтами наиболее часто они сталкиваются, адаптируясь к мирной жизни? Как разрешают конфликтные ситуации? Эти вопросы необходимо рассматривать с учетом изменений системы релевантности и возникновения нового запаса освоенного знания, который влияет не только на изменение схемы интерпрета-

ции, но и на выбор вариантов реагирования на различные повседневные ситуации. Еще одним важным комплексом вопросов являются следующие. Какие пласты нового опыта и каким образом влияют на дальнейшую биографию солдат вернувшихся домой? Кроме вопросов, которые следуют из анализа работ А. Шюца, представляются важными вопросы, которые конкретизируют проблему вернувшегося домой солдата применительно к украинской ситуации. Первая группа вопросов – изменилось ли представление о конфликте (образ конфликта) у солдата? Находит ли это выражение в изменении номинации событий и как это отображает изменение отношения к событиям конфликта в соотношении с конкретной биографической ситуацией? Вторая группа вопросов – какова общечеловеческая специфика восприятия дома солдатом, вернувшимся домой? В чем специфика случая украинского воина-ветерана? Обе группы вопросов взаимосвязаны: их применение в исследовании возможно благодаря сочетанию биографического метода [19][20, с. 91-183] и авторского лингвоконфликтологического подхода к анализу той или иной социальной ситуации (методологические принципы такого подхода и особенности лингвоконфликтологического измерения изложены в монографии [21], а также в работах [22][23][24] и др.).

Специфика случая украинского солдата (в отличие от ситуации возвращения с войны, описанной А. Шюцем) обусловлена тем, что конфликты, сопряженные с войной, в которой участвует солдат, порождают множество вариантов интерпретации, множество различных, в том числе противоречащих друг другу, образов конфликта. Приобретение нового опыта может повлиять на изменение образов конфликтов (подробней об образах конфликта и аналитике конфликта см., например: [25]), при этом лингвоконфликтологические индикаторы позволяют исследовать образы конфликта через его «язык конфликта». Язык конфликта – это ключевое понятие авторского лингвоконфликтологического подхода [21]. Данный подход позволяет выйти на трансформации образов конфликта через анализ номинаций событий (в том числе конфликтов), а также анализ нарративов о конфликте. При этом выявляются различные типы характеристик языка конфликта, выступающих структурными элементами определенного дискурса. Как связаны язык конфликта, образы конфликта и система релевантности солдата, вернувшегося домой? Как связаны трансформация образов конфликта и трансформация жизненного мира? Эти вопросы высвечиваются особенно ярко, если мы рассматриваем их на пересечении социологии конфликта и социологии повседневности. На уровне социологического измерения это воплощается в том, что выход на

трансформацию системы релевантности можно проследить благодаря использованию биографических интервью (здесь базовыми ориентирами являются прежде всего работы Г. Розенталя [19] [26]) в сочетании с лингвоконфликтологическим методом [21], [22]. Подробно о том, как можно осуществить этот синтез на уровне методики измерения жизненного мира, излагается в статье [24], где эта методика раскрыта применительно к исследованию жизненного мира инженеров-мигрантов. При этом ключевым моментом синтеза является выход на характеристики языка конфликта при интерпретации текстов интервью, а также учет биографической ситуации как ключевого фактора, определяющего рамку интерпретации. При исследовании жизненного мира возвращающихся домой солдат в современной Украине применение языка конфликта как исследовательского кода еще более актуально, так как может вывести на измерение трансформации образов текущих конфликтов во взаимосвязи с трансформациями жизненного мира возвращающегося домой солдата и его системы релевантности. Все это сопряжено с определенными смыслами, что находит свое выражение в особенностях языка конфликта как средства интерпретации. Следует также обратить внимание на перспективность сочетания тактики история жизни (биографический метод) с тактикой истории семьи, так как это позволит сравнить систему релевантностей тех, кто остался дома, и того, кто вернулся домой.

Таким образом, в контексте социологического анализа повседневного жизненного

мира солдата, возвращающегося домой, можно использовать основные идеи А. Шюца, в том числе его концепт дома. В исследовании данной ситуации социологический анализ приобретает особое значение, поскольку выходит на проблему «понимания», связанную с различными смыслами, что должно стать существенным дополнением к психологическим исследованиям и психологической помощи солдатам, вернувшимся домой. При этом следует также учитывать, что случай украинского солдата имеет свои особенности, которые, естественно, не могли быть раскрыты А. Шюцем. Это ситуация конфликтов, связанных с войной, участниками которой были вернувшиеся домой солдаты. Современные украинские события получают множественные интерпретации их участниками. Существование различных образов конфликта может привести (и уже приводит) к конфликту интерпретаций. Поэтому при осуществлении эмпирического исследования необходимо обращаться не только к социологии повседневности, но и к лингвоконфликтологическому подходу и разработанному на его основе лингвоконфликтологическому методу, который позволяет измерить различные образы конфликта через характеристики языка конфликта, а, следовательно, учитывать специфический социальный контекст, связанный с текущей ситуацией в Украине, которая должна рассматриваться как система многоуровневых структурных коммуникаций: от мега- и макроуровня – до микроуровня, в том числе внутриличного конфликта.

Литература

1. Schütz A. Der Heimkehrer / A. Schütz // *Gesammelte Aufsätze. – Studien zur soziologischen Theorie.* – Martinus Nijhoff, den Haag, 1972. – S. 71-84.
2. Schuetz A. The Homecomer In: *American Journal of Sociology* / A. Schuetz, Vol. 50. – No. 5 (Mar., 1945), The University of Chicago Press. – P. 369-376.
3. Шюц А. Возвращающийся домой / *Избранное : мир, светящийся смыслом* / А. Шюц ; пер. с нем. и англ. В. Г. Николаева, С. В. Ромашко, Н. М. Смирновой. – М. : РОССПЭН, 2004. – С. 550-556.
4. Schuetz A. The Stranger: an Essay in Social Psychology In: *American Journal of Sociology* / A. Schuetz, Vol. 49. – No. 6 (May, 1944), The University of Chicago Press. – P. 499-507.
5. Waldenfels B. Der Fremde und der Heimkehrer : Fremdeitsfiguren bei Alfred Schütz. *Phänomenologie und soziale Wirklichkeit : Entwicklungen und Arbeitsweisen ; für Richard Grathoff / Ilja Srubar ; Steven Vaitkus ; Richard Grathoff.* Opladen: Leske u. Budrich, 2003. – S. 175-188.
6. Schuetz A. On Multiple Realities In: *Philosophy and Phenomenological Research*, Vol. 5, No. 4 (June, 1945), pp. 533-576.
7. Grathoff R. Alltag und Lebenswelt als Gegenstand der phänomenologischen Sozialtheorie. – Opladen, 1978. – 245с.
8. Söffner H. G. Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung: zur wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik UTB. – 2004.
9. Srubar I. Pragmatic Theory of the Life-World and Hermeneutics of the Social Sciences, in: Staudigl, Michael/George Berguno (eds.): *Schutzian Phenomenology and Hermeneutic Traditions*, Dordrecht etc.: Springer, 2014. – S. 83-92.
10. Srubar I. *Phänomenologie und soziologische Theorie. Aufsätze zur pragmatischen Lebenswelttheorie.* Wiesbaden : VS Verlag fuer Sozialwissenschaften. – 2007. – 582 S.
11. Bosch A. Unsicherheit, Krise und Routine. Zur Rolle der Dinge in der menschlichen Lebenswelt. In: Wulf, Christoph / Zirkas, Jörg(Hrsg.) 2015: *Unsicherheit.* Paragrana, Internationale Zeitschrift für Historische Anthropologie Bd. 24/2015/H1, Berlin/Boston/Peking: De Gruyter, 2015. – S. 209-220.
12. Бергер П. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман ; пер. с англ. Е. Руткевич ; Моск. филос. фонд. – М. : Academia-Центр; Медиум, 1995. – 323 с.

13. Knoblauch H. Grundbegriffe und Aufgaben des kommunikativen Konstruktivismus // Kommunikativer Kostruktivismus. Theoretische und empirische Arbeiten zu einem neuen wissenssoziologischen Ansatz. – Springer 2013. – S. 45-48.
14. Keller R. Kommunikative Konstruktion und diskursive Konstruktion // Kommunikativer Kostruktivismus. Theoretische und empirische Arbeiten zu einem neuen wissenssoziologischen Ansatz. – Springer 2013. – S. 45-48
15. Engelhardt M. v. Lebensgeschichte und Gesellschaftsgeschichte. Biographieverläufe von Heimatvertriebenen des Zweiten Weltkriegs, München, 2001.
16. Stichweh R. Inklusion und Exklusion, Transcript. – 2005.
17. Stichweh, R. Der Fremde, Suhrkamp. – 2010.
18. Srubar I. Lebeswelt und Trauma, in: Hitzler, Ronald (Hg.): Hermeneutik als Lebenspraxis, Weinheim: Belz Juventa, 2014. – S. 79-93.
19. Rosenthal G. Die Biographie im Kontext der Familien und Gesellschaftsgeschichte, In: Biographieforschung im Diskurs, hrsg. v. Rosenthal, G. Volter, B., Dausien, B., Lutz, H., 2. Auflage. VS-Verlag für Sozialwissenschaften. – 2009. S. 46-64.
20. Рождественская Е. Ю. Биографический метод в социологии / Е. Ю. Рождественская. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 381 с.
21. Даниленко О. А. Язык конфликта в трансформирующемся обществе: от конструирования истории – к формированию социокультурных идентичностей : монография / О. А. Даниленко. – Вильнюс : Изд-во ЕГУ, 2007. – 402 с.
22. Даниленко О. А. Методика построения карты метаязыка конфликта: от конструирования истории к новым идентичностям / О. А. Даниленко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : збірник наукових праць. – Харків : Видавничий центр Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2005. – С. 200–205.
23. Даниленко О. А. Лингвистическое конструирование социальных конфликтов в условиях Пограничья / О. А. Даниленко // Перекрестки: журнал исследований Восточноевропейского Пограничья. – 2008. – № 2-4. – С. 35-47.
24. Даниленко О. А. Жизненный мир и социокультурные идентичности инженеров-мигрантов из постсоветских стран в Германию: постановка проблемы / О. А. Даниленко // Вісник Київського національного університету імені Т.Шевченка : Соціологія, N 4. – 2013. - Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 2013. – N 4. – С. 87-91.
25. Даниленко О. А. Аналитическая модель конфликта и образ конфликта: между системой и субъектом / О. А. Даниленко // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. – N 1101. – Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи», Вип.32. – Харків – 2014. – С. 30-34.
26. Volter B. Biographieforschung im Diskurs / Volter B., Dausien B., Lutz H., Rosenthal G. (Hrsg.). – Wiesbaden : VS-Verlag für Sozialwissenschaften. – 2009.

Ігор Рущенко
 доктор соціологічних наук, професор, професор кафедри соціології та психології Харківського
 національного університету внутрішніх справ

Igor Rushchenko
 Doctor of Social Sciences, Full Professor, School of sociology and psychology, Kharkiv National University of
 Internal Affairs

ФЕНОМЕН «ДВОХ ДОНБАСІВ»: ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ КОЛЕКТИВНОЇ СВІДОМОСТІ НАСЕЛЕННЯ РІЗНИХ ЧАСТИН ДОНБАСУ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

У статті проаналізовано розвиток колективної свідомості на Сході України у зв'язку з перебігом російсько-української гібридної війни. Висунуто припущення, що Донбас є штучною регіональною конструкцією, яка відповідала політиці комуністичної влади в Україні. Внутрішня неоднорідність Донецької та Луганської областей сповна проявилася у феномені «двох Донбасів». Зокрема, як свідчать дані масового опитування на підконтрольній Україні території, проведеного на початку 2015 р. за ініціативи Української миротворчої школи (N=1200), на звільнених територіях відбувається оздоровлення масової свідомості. Домінують проукраїнські тенденції, відновлюється почуття громадянськості (84% опитаних відчувають себе громадянами України «повністю» або «у значній мірі»). Немає принципової різниці у настроях етнічних українців і етнічних росіян. Лідером довіри є волонтерський рух, доволі високий індекс довіри (на рівні довіри до церкви) мають Збройні сили України. На окупованій території спостерігаються інші тенденції. Так, має місце феномен «луганського синдрому» (термін запропонував проф. І. Кононов), ширяться настрої утриманства, советизація свідомості на тлі штучної ізоляції регіону. Синдроми соціального божевілля та аномії (явища весни 2014 р.) трансформуються у соціальну апатію та готовність прийняти будь-яку владу, що гарантує мир, роботу, пенсії.

Ключові слова: феномен «двох Донбасів», колективна свідомість, гібридна війна, масова свідомість, волонтерський рух.

The article analyzes the development of the collective consciousness in the Eastern Ukraine in connection with the events of the Russian-Ukrainian hybrid war. It is suggested that the Donbass is the artificial regional structure which at the time corresponded to the communist government policy in Ukraine. The internal heterogeneity of the Donetsk and Lugansk regions fully manifested in the phenomenon of «two Donbasses». In particular, as evidenced by the data of mass survey on the territory under the control of Ukraine, conducted in early 2015 by the initiative of Ukrainian peacekeeping school (N = 1200), the improvement of the mass consciousness on the returned territories is observed. Pro-Ukrainian sentiments are dominating, the sense of citizenship (84% of respondents feel themselves to be citizens of Ukraine «completely» or «substantially») is renewing. The fundamental differences in sentiments of ethnic Ukrainians and ethnic Russian not found. The leader of trust is the volunteer movement, the Armed Forces of Ukraine have a high enough confidence index (at the level of trust in the church). Other trends in the mass consciousness are observed in the occupied territories. Thus, we have the phenomenon of «Lugansk syndrome» (a term proposed by prof. I. Kononov), the sentiments of dependency became widespread, the Sovietization of consciousness against the background of the artificial isolation of the region is observed. The syndrome of social madness and anomie (the phenomenon of spring 2014) is transformed into social apathy and readiness to accept any authority which guarantees peace, work, and retirement.

Keywords: phenomenon of «two Donbasses», collective consciousness, hybrid war, mass consciousness, volunteer movement.

В статті аналізується розвиток колективного свідомості на Востокі України в зв'язі з подіями російсько-української гібридної війни. Видвигнуто припущення, що Донбас є штучною регіональною конструкцією, яка в своє час відповідавала політиці комуністичної влади в Україні. Внутрішня неоднорідність Донецької та Луганської областей в повній мірі проявилася в феномені «двох Донбасів». В частині, як свідчать результати опитування масового опитування на підконтрольній Україні території, проведеного в початку 2015 р. за ініціативи Української миротворчої школи (N=1200), на звільнених територіях відбувається одужання масового свідомості. Домінують проукраїнські настрої, відновлюється почуття громадянськості (84% опитаних відчувають себе громадянами України «повністю» або «в значущій ступені»). Не виявляються принципові розбіжності настроїв етнічних українців та етнічних росіян. Лідером довіри є волонтерський рух, достатньо високий індекс довіри (на рівні довіри до церкви) мають озброєні сили України. На окупованій території спостерігаються інші тенденції масового свідомості. Так, займає місце феномен «луганського синдрому» (термін запропонував проф. І. Кононов), отримали поширення настрої іждивенства, соціалізація свідомості на фоні штучної ізоляції регіону. Синдром соціального безумства та аномії (явища весни 2014 р.) трансформуються в соціальну апатію та готовність прийняти будь-яку владу, яка гарантує мир, роботу, пенсії.

Ключові слова: феномен «двох Донбасів», колективне свідомість, гібридна війна, масове створення, волонтерський рух.

Гібридна війна, розв'язана В. Путіним проти України, в значущій мірі є боротьбою за життя людей. Театром воєнних дій агресором було обрано Південь та Схід України, що завдяки активному спротиву українського суспільства та Збройних сил України (ЗСУ) зв'язався до території двох областей – Донецької та Луганської.

Мета цієї статті – визначити напрямки розвитку масової свідомості на театрі воєнних дій упродовж року війни.

Наступ РФ на материкову Україну не випадково почався з двох східних областей. Агресор розраховував на діяльну підтримку місцевої «п'ятої колони» та «глибоке розуміння» імперського експансіонізму в широких народних масах [1]. До певної міри сподівання російських окупантів виправдалося: дійсно, значні прошарки жителів Луганської та Донецької областей навесні 2014 р. підтримували ідею «руського світу». Проте настрої жителів регіону від самого початку не були однорідними як у соціальному, так і географічному аспектах. Для більш глибокого розуміння ментальних процесів звернемося до історії регіону. Вона, на наш погляд, відбивається у сучасних подіях та тенденціях.

Обидві області, як і регіон в цілому, свого часу були сконструйовані штучно, відповідно до поточних завдань, які вирішував більшовицький уряд у Москві. За часів Російської імперії землі Донеччини та Луганщини відносилися переважно до Харківської та Катеринівської губерній. Вони були заселені здебільшого етнічними українцями, які в цілому губернії вважалися «українськими». Після низки адміністративних реформ у 1932 р. уряд утворив Донецьку область, передавши до її складу 13 районів Харківської області та 5 районів від Дніпропетровської області; адміністративний центр новоутворення було перейменовано з Юзівки на Сталіно. Це рішення, очевидно, було зумовлене двома причинами. По-перше, в політичному аспекті Донеччина як окрема одиниця мусила послаблювати україно-доцентрові тенденції на сході республіки, бо область мала орієнтуватися на Москву, хоча формально і належала до УРСР. За такої логіки, очевидно, більшовики створювали свого часу штучну Донецько-Криворізьку республіку (1918 р.). Тоді це мало послаблювати одночасно Українську Народну Республіку та Область Війська Донського, бо і перше, і друге утворення не визнавало більшовизм. По-друге, нова область мала стати енергетичною базою для індустріалізації та форсованої мілітаризації СРСР. Перейменування Юзівки на Сталіно було знаковою подією, бо носити ім'я вождя заштатне містечко не мало права за визначенням. Отже, перед регіоном ставилися грандіозні завдання. Зазначимо, що у 1938 р. Донеччина область була поділена на дві частини: Ворошиловградська (Луганська) та Сталінська (Донецька) області. Проте ці дві області з політичного та ідеологічного поглядів завжди розглядалися як щось єдине.

Таким чином, Донбас як регіон навіть з натяжкою не можна віднести до історичних регіонів. Його утворено шляхом від'єднання земель від низки історичних регіонів – Слобожанщини, Приазов'я, Подніпров'я, а також невеликої частини територій Війська Донського. Зрозумілих географічних меж (ріки, гори, рельєф місцевості, кліматичні пояси тощо) регіон також не має. Проте проект Донбасу активно розвивався головним чином політико-ідеологічним та економічним шляхами. Потужним інтеграційним інструментом було міфотворення. Жоден регіон України не має стільки сучасних міфів, скільки їх має Донбас. Вони виконували кілька важливих функцій: утворювали ілюзорну базу для спільної ідентичності, посилювали регіональний націоналізм, сприяли відокремленню від української традиції. За радянської доби експлуатувалися міфи «громадянської» та Другої світової воєни, а також міфи виробничих (трудових) подвигів шахтарів та робітників. «Донецька гордість» мала, як обруч у діжці, з'єднати різномірні райони та барвистий люд, що наповнював цей край без меж та адміністративних перепон в епоху індустріалізації.

Старі міфи почали пробуксовувати у 1990-і рр. В регіоні стихійно розгорнулася кримінальна революція. У 1997 р. владу фактично захопило донецьке організоване злочинне угруповання, коли Президент Л. Кучма погодився підписати указ про призначення на посаду голови державної адміністрації Донецької області висуванця від кримінальних кіл – В. Януковича. Одночасно було створено Партію регіонів, яка мала виконувати функцію легального прикриття кримінально-олігархічного руху на Донбасі. За усім цим стояла постать Р. Ахметова, який перебував у затінку та з космічною швидкістю нагромаджував у власній кишені багатомільярдні статки. Тепер Донбасом опікувалися, образно кажучи, «люди у малинових піджаках». Київ фактично не втручався у внутрішні справи регіону, ясної «донецької політики» не існувало при всіх президентах та урядах. За відсутності загальнодержавної інформаційної та ідеологічної політики події на Донбасі (у царині масової свідомості) розвивалися наступним чином. По-перше, почалися продукуватися нові «біло-голубі» міфи на кшталт «Донбас порожняк не гонить», «Донбас годує Україну». По-друге, сфера мас-медіа фактично була «здана» Росії: російські телевізійні канали мали абсолютний пріоритет та високий рівень довіри. Російська масова культура потужно транслювалася та впроваджувалася у свідомість пересічних мешканців. По-третє, відбувся «радянський реверс», оскільки нові хазяї Донбасу публічної ідеології не мали,

то вони взяли добре знайомі ідеологеми та штампи радянського періоду. Луганські соціологи, наприклад, пригадують, що 2002 р. перед ними прямо було поставлене питання про пошук регіональної ідеології (замовлення виходило від команди О. Єфремова). Думали, рядили і зійшлися на «радянській традиції». Ось чому в найбільш показовому з точки зору «принад дикого капіталізму» регіоні було відновлено та буквально позолочено пам'ятники Леніну та різним більшовицьким діячам, а головними святами знову стали червоні дати старого календаря. Цим закладалися основи аномії та когнітивного дисонансу, коли у масовій свідомості миряться православ'я та комуністична ідеологія, капіталізм і більшовизм, українська ідентичність і «руська ідея», нарешті, кримінальні звичаї та традиції дивним чином уживаються з ідеями права та державності. Розколота масова свідомість, анархія у мізках стали зручним підґрунтям для вирощування в українському регіоні зовсім чужих ідей, які мали виконати роль «м'якої сили» на боці агресора.

У 2014 р. відбувся черговий епохальний розворот ідеології, яка пронизує масову свідомість пересічних мешканців Донбасу. Московські політтехнологи експортували до Сходу та Півдня власний ідеологічний продукт у вигляді ідей «Новоросії», «народних республік» та «руської весни». 99% мешканців регіону про такі ідеологічні новації ніколи раніше не чули й проходили у лічені тижні прискорений «лікбез», споживаючи російський інформаційний контент біля власних телевізорів. За традицією відбулася міфологізація гасел та трендів. Пересічному громадянину втовкмачувалося, що його особисте спасіння пов'язане з приходом росіян на чолі з Путіним. Тільки в цьому разі – безпека та матеріальне благополуччя, в протилежному – хаос, біди та страждання. Технологічно ця теза підкріплювалася потужною кампанією залякування мешканців Донбасу сконструйованими мемами «бандерівця», «правосека», «хунти» тощо. В цій ситуації відсоток прихильників Росії, дійсно, виріс. Регіональна ідентичність перевищувала загальноукраїнську. Для ілюстрації наведемо дані опитувань луганських соціологів, що відбувалися у березні – травні 2014 р.

Під керівництвом професора І. Ф. Кононова – завідувача кафедри філософії та соціології Луганського національного університету імені Тараса Шевченка в межах проекту «Життєві світи Заходу і Сходу України» опитувалися мешканці, з одного боку, Луганської та Донецької, а з іншого – Львівської та Івано-Франківської областей. З великої кількості отриманих даних оберемо дві групи показників: ставлення до євроінтеграції та співвідношен-

Таблиця 1.

Розподіл відповідей на питання: «Як Ви ставитися до ідеї входження Луганської області до складу Російської Федерації?» (у % до тих, хто відповів)

Позитивно	41%
Скоріше позитивно, ніж негативно	19%
Скоріше негативно, ніж позитивно	13%
Негативно	21%
Важко відповісти	6%

Таблиця 2.

Ставлення українського населення до ідеї відокремлення південно-східних областей від України і приєднання їх до Росії (у % до тих, хто відповів)

	Захід	Центр	Південь	Схід	Донбас	Україна загалом
Підтримую	1,3	1,8	9,5	10,6	26,8	10,3
Не підтримую	93,8	82,2	77,5	79,6	51,7	75,9
Важко відповісти	4,9	16,0	13,0	9,8	10,9	13,8

ня регіональної та загальнодержавної ідентичностей. За даними зазначеного дослідження, на Донбасі висловлювали бажання вступу до ЄС від 5 до 6% респондентів, до НАТО – лише 0,5%. Натомість міждержавний союз з Росією та Білоруссю підтримували 28%. На регіональну ідентичність як найважливішу власну ознаку вказували 36%, а загальноукраїнську обирали лише 28% опитаних [2].

Соціологи Луганського державного університету внутрішніх справ під керівництвом доцента В. І. Поклада своє опитування провели у місті Луганську з 24 по 30 квітня 2014 р. Опитали 710 респондентів у віці 18 й більше років. Ставилося завдання з'ясувати ставлення містян до головної сепаратистської ідеї [3] (див. таблицю 1).

Отже, на весні 2014 р. громадська думка на Сході мала критичний характер з точки зору цілісності держави та проголошеного Києвом вектору на євроінтеграцію. Під тиском воєнної пропаганди з боку агресора стан колективної свідомості набував рис соціального божевілля. Соціальне божевілля, згідно Н. Паніної та Є. Головахи [4], є формою колективної девіантної поведінки (соціальна патологія), яка веде загалом до соціальної катастрофи. В містах можна було спостерігати сцени справжньої масової істерії, коли натовпи скандували слово «Росія!» та у повітрі буквально пульсував стан ейфорії. Путінська пропаганда фактично підтверджувала слова апостола Павла, що антихрист прийде не з погрозами, а зваблюючи людство. Масовий гіпнотичний сеанс щодо «російського щастя» мав, як ми бачимо, суттєвий тимчасовий успіх. Проте населення Донбасу є неоднорідною соціально-територіальною спільнотою, ось чому ворожа пропаганда та підривні соціальні технології мали різний успіх у різних районах Луганщини та Донеччини. Цим фактом, зокрема, можна пояснити й суттєві розходження даних опитувань, які проводилися в регіоні 2014 року.

Поглянемо на результати загальнонаціонального соціологічного опитування населення України, здійсненого Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» (проведено з 16 по 30 березня 2014 р., усього було опитано 2010 респондентів у 24 областях, АР Крим та м. Києві за квотною вибіркою, репрезентативною за статтю, віком, освітою, регіонами і типами поселень. Похибка вибірки не перевищує 2,3%). Дослідження було здійснено саме у той час, коли проросійські сили перебували у стадії ейфорії, а на Донбасі, дійсно, широко пропагувалося повторення кримського сценарію. В таблиці 2 наведено розподіл відповідей на питання: «Чи підтримуєте Ви ідею відокремлення південно-східних областей від України і приєднання їх до Росії?» [5]. Як бачимо, у березні 2014 р. іріденти перебували на Донбасі в абсолютній меншості, хоча їхній відсоток був суттєво більшим порівняно з іншими регіонами України.

Чому існували розбіжності між даними соціологічних досліджень? Для Донбасу критично важливим є місце проведення опитування. На його теренах завжди існували умовно «проукраїнські райони», наприклад ті, що перейшли до складу Донецької області з Харківщини, і райони, що переважно складаються з переселенців епохи індустріалізації або місцевих козаків, які вважають себе етнічними росіянами. Проілюструємо це даними перепису населення 2001 р. за ознакою «рідна мова». В Луганській області різниця по адміністративним районам частки тих, хто обрав українську мову, сягає 81,4% (максимум – 93,8%; мінімум – 12,4%), у Донецькій – 78,4% (максимум – 89,5%, мінімум – 11,1%). Дані перепису ще раз доводять тезу про неогерентність соціально-територіальної спільності Донбасу. Але у політиці є певне правило: кардинальні рішення приймаються в адміністративних центрах, столицях, великих містах. Вони, як той камертон, задають

Таблиця 3.

Кількість опитаних по містах та областях

Луганська область				Донецька область			
Старо-більськ	Северо-донецьк	Лисичанськ	Рубіжне, Кременна	Маріуполь	Слов'янськ	Краматорськ, Константи́нівка, Арте́мівськ, Дружківка	Червоно-армійськ, Димитрів
135	146	118	123	179	159	160	180
522				678			

Таблиця 4.

Бачення респондентами політичного майбутнього Донбасу (у % до тих, хто відповів)

Як було і раніше, у складі єдиної України	56,5
У складі єдиної України, але з розширеними повноваженнями	28,7
Як федеративне утворення у складі України	6,5
Як республіку з обов'язковим укладанням договору з Україною	2,9
Припускаю вихід зі складу України	5,4

спільний тон звучання. А в Донецьку й Луганську тієї весни домінували неукраїнські настрої, саме на великих містах зосередив свою увагу ворог, туди було кинуті основні фінансові й соціальні ресурси, аби підірвати український соціум зсередини.

Отже, підсумуємо спостереження щодо громадської думки в першій половині 2014 року. Вона є яскравим прикладом розламаності та хворої масової свідомості з проявами соціального божевілля та сценами масового психозу. Кульмінацією патологічного стану був, мабуть, похід великих мас населення до урн під час незаконного «референдуму» 11 травня. Навіть якщо в «референдумі» взяла участь 1/3 від кількості виборців, то це можна віднести до масовидного явища. Дійство з «референдумом» є наслідком маніпуляції масовою свідомістю, коли за сценарієм агресора пересічні люди підставляють плече злочинним політикам і фактично власноруч починають «викопувати собі могили». Аналогічна ситуація була, коли частина німців голосувала за Гітлера й нацистів у 1933 р. Згодом це соціальне божевілля обернулося національною катастрофою, і вже через 12 років Німеччина перебувала у руїнах та мала нечувані в її історії людські втрати. Багато луганчан і донецчан жорстоко розплатилися за власну інфантильність й нерозважливість у наступні місяці.

Подальший перебіг подій зумовив сучасну динаміку розвитку соціально-політичних уявлень населення по різні боки фронту. Продовжимо аналіз, спираючись на дані соціологічного опитування 2015 р. З метою виявлення тенденцій розвитку суспільно-політичної думки на підконтрольних Україні територіях двох східних областей за ініціа-

тиви Української миротворчої школи було проведено соціологічне дослідження (з 1.02 по 7.03 2015 р., науковий керівник – автор цієї публікації) методом масового репрезентативного опитування дорослого населення у віці 16 і більше років за квотним принципом відбору респондентів відповідно до демографічної структури постійних мешканців міських агломерацій. Всього опитано 1200 осіб, у т.ч. жінок – 53,7%, чоловіків – 46,3%. За етнічним складом: 67% – етнічні українці, 25,7% – етнічні росіяни, 7,3% – представники інших етнічних груп. Опитування здійснювалося у восьми міських агломераціях двох областей (див. табл. 3). Отримані дані можна розповсюджувати на міське населення звільнених територій Луганської і Донецької областей.

Дослідження зафіксувало суттєве оздоровлення громадської думки на підконтрольних Україні територіях. Очевидним є те, що «марення Росією» поступово зникає, повертається здоровий глузд, критичне мислення. Вперше за багато років суспільно-політична думка принаймні в частині Луганської та Донецької областей є аналогічною до поглядів та тенденцій, притаманних населенню України в цілому. Аргументуємо наші висновки емпіричними даними.

Перед респондентами ставилося питання: «Яким Ви бачите політичне майбутнє Донбасу?» Розподіл відповідей міститься у таблиці 4.

Дані свідчать про абсолютне переважання настроїв на користь єдиної України. Власне відвертих сепаратистів дослідження зафіксувало трохи більше 8% (сума процентів двох останніх рядків). Чимала частка (близько 35%) – це люди, яких би задовольнив певний статус або особливі права регіону. Отже, кар-

Таблиця 5.

Бачення етнічними українцями та етнічними росіянами політичного майбутнього Донбасу (у % до опитаних)

	Українці	Росіяни
Як було і раніше – у складі єдиної України	62,7	39,6
У складі єдиної України, але з розширеними повноваженнями	28,5	30,4
Як федеративне утворення у складі України	4,9	11,0
Як республіку з обов'язковим укладанням договору з Україною	1,8	4,5
Припускаю вихід зі складу України	2,1	14,3

Таблиця 6.

Думки респондентів щодо бажаного пріоритету зовнішньої політики України (%)

	Українці	Росіяни	В цілому по масиву
Євроінтеграція	36,9	23,6	33,4
Рівне віддалення і від Росії, і від Європи	24,2	20,6	23,1
Зближення з Росією	8,4	28,3	13,7
Важко відповісти	30,0	27,6	29,3

тина виглядає так: «як було раніше» – 56,5%, «розширити права» – 35,2%, «геть з України» – 8,3%. Звертає на себе увагу, що відомі гасла, з яких починалася рік тому так звана «руська весна», «федералізація» і «окрема республіка» – явно програють у громадській думці (6,5% та 2,9%, відповідно). Вони є дискредитованими розвитком подій на Донбасі.

Різними соціальними групами політичне майбутнє бачиться з певними відмінностями. У таблиці 5 наведено дані відповідей етнічних українців та етнічних росіян. Існує очевидна тенденція до сепаратизму та іредентизму з боку значної частини етнічних росіян (18,8%), а також їхнє бажання дистанціюватися від Центру (41,4%). Отже у в середовищі етнічних росіян провідною є тенденція до збереження єдиної України. Сума перших двох рядків, де фігурує ідея єдності, становить 70%! Можна стверджувати, що поволі відбувається процес інтеграції етнічних росіян до української політичної нації.

Тенденцію до укріплення політичної української нації на звільнених територіях підтверджують відповіді на такі питання: (1) «Чи змінилися у Вас погляди на майбутнє Донбасу за останній рік?» та (2) «Якщо так, то в якому напрямку?». У переважній більшості респондентів (63,7%) погляди певним чином змінилися. У цієї частини опитаних трансформація поглядів відбулася переважно на користь єдиної України (73,2%), а у протилежний бік, відповідно, – 26,8%. Аналіз відповідей етнічних українців та етнічних росіян доводить, що вони «рухалися» в одному політичному напрямку.

Нарешті, розглянемо, який вектор зовнішньої політики України згодні підтримувати мешканці Донбасу (див. таблицю 6). Таке питання виявилось об'єктивно складним для багатьох респондентів (майже 30% опитаних

уникнули прямої відповіді). І все ж таки певною мірою переважає бажання євроінтеграції, з ідеї якої, до речі, і починався другий Майдан. Оскільки жодних практичних наслідків та переваг євроінтеграції українці ще не відчули, то такий настрій є, скоріше, виявом цивілізаційного вибору та остраху агресії та окупації з боку недружньої Росії. В питанні зовнішньої політики також простежуються суттєві відмінності між етнічними українцями та етнічними росіянами, проте вони не набувають абсолютного протистояння (див. таблицю 7).

Ми бачимо, що ідея євроінтеграції важко, але поволі проростає на Донбасі. Цьому об'єктивно сприяє війна з Росією, яка зменшує вибір, відсікає у свідомості, передусім етнічних українців, можливість зближення з агресором. Українці на разі переживають те, що польський соціолог П. Штомпка визначив як «культурна травма» – гостра негативна реакція на згубні зовнішні дії, шок від підступної агресії. Навіть у середовищі етнічних росіян однозначна орієнтація на Росію зазнає кризи.

Зберігається доволі високий відсоток мешканців регіону, які не можуть чітко визначитися у принципових політичних питаннях. Отже, боротьба за свідомість людей продовжується. Це може бути резервом як для укріплення української політичної нації, так і базою для сепаратизму та іредентизму, якщо Україна програє інформаційну війну, не зможе виконувати соціальні зобов'язання, не налагодить систему патріотичного виховання молоді.

Відомий письменник, політик та дипломат Юрій Щербак ще на початку війни припустив, що можна говорити про міжетнічний конфлікт: росіяни проти українців. Наші дані цього не підтверджують: немає чіткого поділу у настроях та думках за етнічним принципом, принаймні в зоні АТО на підконтрольній

Таблиця 7.

Розподіл відповідей на питання: «Якою мірою Ви відчуваєте себе...?»
(% до опитаних та індекс ідентичності)¹

Відчувають себе...	Повною мірою	Значною мірою	Незначною мірою	Зовсім не відчувають	Важко відповісти	Індекс ідентичності
громадянами України	62,7	21,1	10,1	4,5	1,5	2,404
патріотами України	32,0	29,6	17,5	11,5	9,5	1,727
донеччанами, луганчанами	23,1	25,6	23,1	14,5	13,6	1,436
Патріотами Донбасу	18,7	22,1	19,2	22,1	18,0	1,195
європейцями	8,2	15,2	20,4	41,6	14,6	0,754
громадянами СРСР	5,0	7,1	8,6	62,3	16,9	0,378
громадянами іншої країни	1,4	3,6	9,1	74,4	11,6	0,205

¹ Значення індексу ідентичності коливається від 0 (відсутність самоідентифікації) до 3 (максимальна ідентичність).

Україні території. Суспільство не розколоте на етнічні групи, не відбувається консолідація відповідних спільнот «по різні сторони барикади». Як не існує і громадянської війни, відсутні фундаментальні причини для громадянського озброєного протистояння. Агресор вміло маніпулює мешканцями Донбасу, знаходячи слабкі ланки, «хиткі соціальні сегменти», які майстерно використовує у власних цілях, перетворюючи їх на колабораціоністів. Безперечно, антиукраїнські елементи частково залишилися на звільнених територіях, проте вони у меншості, і, образно кажучи, «відійшли у підпілля». Тут вже домінують проукраїнські настрої, які варто використовувати для посилення позицій держави, армії та громадянського суспільства.

Продовжимо аналіз настроїв на Донбасі у більш ґрунтовному аспекті особистості, який і визначає у кінцевому підсумку політичні погляди. Мова іде про систему ідентич-

ностей та довірчі відносини. Отже, як себе позиціонують жителі Луганської та Донецької областей у політичному просторі? В таблиці 7 представлено відповідні дані.

Перейдемо до довірчих відносин. Респондентам було запропоновано визначити ступінь довіри до різних інституцій та соціальних груп по п'ятибальній (див. таблицю 8) шкалі.

Дані у таблиці 8 представлено у порядку зменшення значення індексу довіри.

Поділимо об'єкти довіри на чотири групи відповідно до отриманих індексів (див. таблицю 9).

Дані, безумовно, є цікавими. Довіра до волонтерів перевищила рівень довіри до церкви! На Донбасі під словом «церква», як правило, розуміється УПЦ МП. До війни саме церква була безумовним лідером довіри у колі громадських інституцій до війни. Але криза на Донбасі суттєво знизила рівень довіри до

Таблиця 8

Ступінь довіри респондентів основним інституціям та соціальним групам
(% опитаних та індекс довіри)

Індекс довіри ²		Безумовно довіряють	Скоріше довіряють	Важко відповісти	Скоріше не довіряють	Безумовно не довіряють
+0,873	Членам родини	79,2	16,4	2,5	1,2	0,7
+0,55	Волонтерам	36,4	38,2	17,0	6,1	2,3
+0,25	Церкві	25,3	27,7	27,0	11,8	8,2
+0,22	Армії	18,7	36,5	23,0	13,7	8,1
+0,159	Інформації в Інтернеті	10,3	34,9	28,5	17,0	9,3
+0,045	Більшій частині сусідів	10,1	31,0	26,1	23,4	9,4
0,00	Українським телеканалам	9,2	28,2	27,2	23,1	11,8
-0,316	Місцевим органам влади	2,2	10,6	29,7	36,8	20,7
-0,327	Центральним органам влади	2,2	11,6	29,0	32,9	24,3
-0,352	Міліції	1,8	9,0	28,2	39,0	22,0
-0,485	Правосуддю	1,5	5,0	24,4	40,1	28,9
-0,544	Російським телеканалам	1,9	7,3	20,4	25,2	45,2
-0,628	Чуткам	0,8	4,4	13,8	31,5	49,4

² Значення індексу довіри коливається від +1 до -1, де +1 – максимальна довіра, -1 – повна відсутність довіри.

Таблиця 9.

Групування об'єктів за рівнем довіри населення

Високий рівень довіри	Від +0,5 до +1	Членам родини Волонтерам
Середній рівень довіри	Від 0 до +0,5	Церкві Армії Інформації в Інтернеті Більшій частині сусідів Українським телеканалам
Низький рівень довіри	Від 0 до -0,5	Місцевим органам влади Центральним органам влади Міліції Правосуддю
Недовіра	Від -0,5 до -1	Російським телеканалам Чуткам

церкви, точніше, до священнослужителів, які не виступили як миротворці та моральна сила. Частина ієрархів підтримала сепаратистів та агресора, інша – «сидить у куцах» та заробляє гроші на горі людей. Безумовно, населення потребує якоїсь духовної опори, особливо у важкі часи. Сучасна УПЦ МП, яка мала свободу дії та проповіді, не впоралася зі своїм завданням або місією, що завжди беруть на себе християнські конфесії за аналогічних подій. Люди це відчули, і замість підвищення суспільного рейтингу церква отримала падіння довіри. Але у суспільстві фактично з'явилися нові «святі» – волонтери, тобто звичайні люди, які з моральних переконань опікуються військовими, пораненими, біженцями. Найявністю волонтерів особливо бентежить свідомість донеччан, де не звикли до проявів громадянського суспільства, раніше поширеною була атомізована модель існування. Насправді люди в основній масі прихильні до проявів моральної поведінки. У соціумі, де і влада, і церква фактично стали на шлях національної зради, відбувається пошук нових опор. Громадянське суспільство, уособлене волонтерами, тіснить старі інституції.

Також варто звернути увагу на феномен армії, точніше військових, які борються за незалежність і свободу України. Це є державною інституцією, навіть добровольчі батальйони знаходяться або у структурі МВС України, або у складі ЗСУ. Ставлення до влади і державних інституцій, як свідчать результати опитування, є вкрай поганим, особливо до системи правосуддя. На цьому тлі зовсім інше ставлення до армії. Безумовно, за останній рік довіра до військових зросла, особливо серед проукраїнські налаштованих громадян.

Безумовно поганим є ставлення до правоохоронних органів та органів влади різного рівня. Очевидним є те, що на цих територіях відбувся колапс державної влади, міліція переходила на бік сепаратистів, місцеві органи влади або самоусунулися, або залишаються

напівпаралізованими. Великий відсоток опитаних (майже 30%) не змогли висловитися щодо довіри до місцевих органів влади, очевидно, через те, що не поінформовані про її наявність та характер діяльності.

Антирейтинг довіри очолюють чутки та російські ЗМІ, що є добрим сигналом. Але чи відповідає це на сто відсотків дійсності? Ми припускаємо, що тут міг спрацювати ефект публічності висловлювання. На сьогодні відверто зізнаватися у довірі до чуток і російських ЗМІ не є гарним тоном. Можливо, на раціональному рівні так воно і є, але пропаганда зачіпає, як правило, підсвідомість людини, вона б'є на інстинкти самозбереження, виживання, орієнтована на роздмухування страхів. Ось чому чутки або відверта брехлива інформація по телебаченню може спрацювати, образно кажучи, в обхід раціональної свідомості.

Рік війни поділив Донбас не лише за лінією фронту. На початок 2015 р. не існувало цілісного Донбасу ані політично, ані економічно, ані ментально. Лінія розмежування, випадково чи ні, пройшла таким чином, що відокремлює традиційні українські етнічні землі, де століттями господарювали аграрії, від міських агломерацій, які нашвидкоруч створювалися за радянської доби для потреб соціалістичної економіки. Саме у ці місцевості за оргнаборами перекидалася робоча сила з різних кутків імперії, відкривалася «вільна прописка» для заохочення тих, хто звільнився з місць позбавлення волі без права проживати у більшості міст СРСР, створювалися спецпоселення для засуджених. У кризовій ситуації, на екзистенційній межі, коли руйнуються вторинні ідентичності (як от професійна або регіональна), спрацює ефект «останньої барикади»: на перший план впливає національна та етнічна свідомість, яка на Донбасі штучно пригнічувалася за допомогою радянської ідеології та цькування українства. Саме цей процес ми бачимо у звільненій

Таблиця 10.

«Два Донбаси»

Підконтрольні Україні території	Окуповані території Донбасу
Поступове «одужання» колективної свідомості: перелом настроїв на користь єдиної України; відновлення громадянських почуттів та системи ідентичностей; маргіналізація «сепаратистів», «іредентів»; запит на громадянське суспільство.	Соціальна патологія набуває рис хронічної хвороби: «луганський синдром»; посилення психології утриманства (феномен «гуманітарки»); советизація свідомості на тлі штучної ізоляції регіону; психологічна апатія: готовність прийняти будь-яку владу або ідентичність, що гарантують мир, роботу, пенсії.

частині Донбасу, де вперше за багато років (можливо, з часів утворення адміністративних одиниць) громадська думка у ключових політичних питаннях не відрізняється принципово від настроїв та тенденцій загальноукраїнського характеру. Різниця, мабуть, полягає в інтенсивності деяких проявів та колективних настроїв.

Принципово інша ситуація, очевидно, має місце на окупованій території. Масова свідомість тут зазнає потужного тиску з боку окупаційної влади з використанням більшовицьких за своєю суттю технологій: по-перше, тероризування та залякування населення, силове придушення будь-якого дисидентства; по-друге, монополізація ЗМІ та постійна пропагандистська й агітаційна робота з мешканцями; по-третє, маніпулювання матеріальними ресурсами, гуманітарною допомогою для забезпечення лояльності різних соціальних верст. Ми припускаємо, що громадська думка тут є патологічною, бо соціум не ґрунтується на природній основі. Окупована територія не є самодостатньою, кліше «Новоросія» не перетворилося на твердий ґрунт для самоідентифікації, інформаційно-пропагандистська війна може лише на деякий час тримати населення в полоні ненависті та страху. Достовірної та правдивої інформації з непідконтрольних територій бракує, власне, тоталітарні й військові режими ніколи не миряться зі свobodним волевиявленням або можливістю вільно висловлювати власну думку. Проте певні висновки зробити можна, узагальнюючи різні спостереження та інформаційні повідомлення. Вони зібрані у таблиці 10.

Пояснимо термін «луганський синдром». Його, як зазначалось вище, запропонував професор Ілля Кононов. Термін сконструйовано за аналогією з «шведським синдромом», автором якого є криміналіст Нельс Бейерот. Останній проаналізував парадоксальну ситуацію із захопленням заручників у серпні 1973 р. в стокгольмському «Kreditbanken». Парадоксальність виявилася в тому, що заручники почали відчувати емоційний зв'язок з терористами,

навіть захищали їх, а боялися поліцейських. Зараз психологи кваліфікують стокгольмський синдром як різновид синдрому ідентифікації з агресором, описаного А. Фрейд ще 1936 р. Щодо «луганського синдрому», то пряма аналогія, очевидно, не підходить. Йдеться про велику соціальну групу, яка від початку не була однорідним середовищем. Це є феноменом гібридної війни, коли «заручники» стають, поперше, об'єктом потужної пропагандистської обробки: по-друге, окупанти намагаються проводити певну соціальну політику з розрахунку на маргіналізовані прошарки, «радянських людей», відвертих українофобів та «імперців»: по-третє, широко використовується соціальна міфологія на кшталт «треба потерпіти, а потім буде щасливе життя» або «Путін нарешті нас прийме у свої обійми» і т.і.

Фактично ми є свідками розгортання двох протилежних векторів розвитку колективної свідомості за всіма основними пунктами. Якщо громадська думка на підконтрольних територіях крок за кроком долає штучний ізоляціонізм та, образно кажучи, вливається у річище загальноукраїнських настроїв та тенденцій, то на окупованій території шириться настрій, характерний для заручників, потерпілих з високим рівнем міфологізованої свідомості. Громадянське суспільство не може розвиватися в умовах тоталітарних порядків, які культивує окупаційна влада. Мікс з радянського та православного фундаменталізму на противагу європейському вибору України лише підсилює аномію та когнітивний дисонанс.

Фактично утворилося два різні «Донбаси». Цей факт підкріплюється також міграцією населення в обидві боки, яка посилює розбіжності в етнічній структурі та сприяє формуванню ідеологічно різних спільнот на підконтрольній і непідконтрольній територіях. Етнічний фактор на підконтрольній території до певної міри зумовлює різницю в ідентичностях та розбіжності в оцінках політичної ситуації, але він не має критичного характеру. Важливим є те, що у соціальних групах

як етнічних українців, так і етнічних росіян проявляються однакові домінуючі тенденції колективної свідомості, хоча і з різною силою. Проросійська орієнтація етнічних росіян реально існує, але не є провідною тенденцією: більшість етнічних росіян демонструють лояльну позицію щодо України. Це створює передумови для формування політичної нації на теренах Донбасу. Стає очевидним, що за рік війни українська політична нація укріпи-

лася на Сході та Півдні. Якщо в 1990-ті роки, за даними низки соціологічних опитувань та за підсумками парламентських виборів, українство домінувало виключно у західному регіоні, то в нульові роки XXI ст. «українське домінування» поволі просунулося у Центральну та Північну Україну. Другий Майдан і війна з Росією якісно змінили ситуацію на Сході та Півдні. Саме тут продовжилося формування української політичної нації.

Література

1. Рущенко І. П. Гібридна війна: погляд соціолога: монографія / І. П. Рущенко. – Х. : ФОП Павленко О.Г., 2015. – 268 с.

2. Кононов І. Ф. Луганський синдром як масова аномічна реакція на розгортання гібридної війни / І. Ф. Кононов // Девіантна поведінка: соціологічний, психологічний та юридичний аспекти: матеріали наук.-практ. конф. (Харків, 10 квітня 2015 р.) / МВС України, Харківський національний університет внутрішніх справ. – Х. : ХНУВС, 2015. – С. 10-16.

3. Поклад В. И. Социально-психологические предпосылки сепаратизма на Луганщине / В. И. Поклад //

Девіантна поведінка: соціологічний, психологічний та юридичний аспекти: матеріали наук.-практ. конф. (Харків, 10 квітня 2015 р.) / МВС України, Харківський національний університет внутрішніх справ. – Х. : ХНУВС, 2015. – С. 17-23.

4. Головаха Е. И. / Е. И. Головаха, Н. В. Панина // Социальное безумие. История, теория, современная практика. – К., 1994.

5/ Чи властиві українцям настрої сепаратизму? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dif.org.ua/ua/events/nkdfkedlkrjgkje.htm/>

Oleksiy Musiyezdov

Doctor of sociology, Professor of the Chair of sociology at V. N. Karazin Kharkiv National University

Helen Khalina

student of Department of sociology at V. N. Karazin Kharkiv National University

THE CITY AS AN ENVIRONMENT FOR POSTMODERN VALUES FORMATION: THEORETICAL GROUND OF A HYPOTHESIS

The article deals with theoretical argumentation of the hypothesis that the conditions for the postmodern values formation exist in cities, in groups, whose activities are connected with the global post-industrial economy. The article discusses various theories of post-modern society: «Post-Industrial society» (D. Bell, P. Drucker and others), «informational society» (Y. Masuda), «third wave» (A. Toffler), «global society» (Z. Bauman, U. Beck, R. Robertson), «space of flows» (M. Castells), «disorganized capitalism» (S. Lash, J. Urry), «high modernity» (E. Giddens), «postmodernism» (J.-F. Lyotard) and others. The authors use the interpretation of postmodern values by R. Inglehart and results of the World Values Survey. The hypothesis is argued with the use of the ideas of M. Castells (about «cosmopolitan elites» and «local masses»), R. Florida (about «creative class»), E. Soja (about «synekism»), as well as the results of sociological researches of the Ukrainian society, carried out by leading sociological centers during the events of Euromaidan and Revolution of dignity.

Keywords: postmodern society, postmodern values, the city, the creative class.

У статті здійснюється теоретичне обґрунтування гіпотези про те, що умови для формування постмодерних цінностей існують в містах, в групах, життєдіяльність яких пов'язана з глобальною постіндустріальною економікою. Розглядаються різні концепції постсучасного суспільства, зокрема, теорії «постіндустріального суспільства» (Д. Белл, П. Дракер та ін.), «інформаційного суспільства» (Й. Масуда та ін.), суспільства «третьої хвилі» (А. Тоффлер), «глобального суспільства» (З. Бауман, У. Бек, Р. Робертсон та ін.), «простору потоків» (М. Кастельс), «дезорганізованого капіталізму» (С. Леш, Дж. Уррі), «високої модерності» (Е. Гидденс), «постмодернізму» (Ж.-Ф. Лиотар) та ін. Акцентується увага на інтерпретації постмодерних цінностей Р. Инглехартом і результатах Всесвітнього дослідження цінностей (World Values Survey). Для обґрунтування авторської гіпотези використовуються концепції М. Кастельса (про «космополітичні еліти» та «локальні маси»), Р. Флориди (про «креативний клас»), Е. Соджи (про «синойкізм»), а також результати сучасних досліджень українського суспільства, проведених провідними соціологічними центрами під час подій Євромайдану та Революції гідності.

Ключові слова: постсучасне суспільство, постмодерні цінності, місто, креативний клас.

В статье осуществляется теоретическое обоснование гипотезы о том, что условия для формирования постмодерных ценностей существуют в городах, жизнедеятельность которых связана с глобальной постиндустриальной экономикой. Рассматриваются различные концепции постсовременного общества, в частности, теории «постиндустриального общества» (Д. Белл, П. Дракер и др.), «информационного общества» (Й. Масуда и др.), общества «третьей волны» (А. Тоффлер), «глобального общества» (З. Бауман, У. Бек, Р. Робертсон и др.), теории «пространства потоков» (М. Кастельс), «дезорганизованного капитализма» (С. Леш, Дж. Урри), «высокой модерности» (Э. Гидденс), «постмодернизма» (Ж.-Ф. Лиотар) и др. Акцентируется внимание на интерпретации постмодерных ценностей Р. Инглехартом и результатах Всемирного исследования ценностей (World Values Survey). Для обоснования авторской гипотезы

используются идеи М. Кастельса (о «космополитичных элитах» и «локальных массах»), Р. Флориды (о «креативном классе»), Э. Соджи (о «синойкизме»), а также результаты современных исследований украинского общества, проведенных ведущими социологическими центрами во время событий Евромайдана и Революции достоинства.

Ключевые слова: постсовременное общество, постсовременные ценности, город, креативный класс.

Talks about establishing of a new type of society, which is different from previous stage by specific values system, are quite popular for long time. The investigations of these values are carrying out for long time as well. However, there are no certain answers about causes and conditions of its formation. New hypotheses can clarify them. The main goal of this article consists in theoretical explanation of the hypothesis about the key role of the city with a great part of «creative class» as one of the most important condition of postmodern values formation. Researches directed toward the test of this hypothesis are extremely relevant for Ukraine which is trying to go on the way of sustainable development.

The society acquires new features that make it different from «classic» capitalism in the middle of XX century. As a result different researchers offer theories which are to explain this new society. Let's briefly examine the most common of them.

The idea of a *post-industrial (post-capitalist) society* has become popular after the works of D. Bell [1]. It is obviously that new society fits to the scheme of agricultural – industrial – post-industrial society in his definition. First of all, the key feature here is a significant expansion of the service sector, which begins to surpass the industrial production, as well as an increase of the importance of information in production itself:

«As capital and labor were the central variables of industrial society, information and knowledge are the crucial variables of postindustrial society» (D. Bell) [2].

«The change in the meaning of knowledge that began two hundred fifty years ago had transformed society and economy. The knowledge has become the basic condition of the production today. ... The fact that knowledge has become the main resource, not just one of kinds of resources, has transformed our society into the post-capitalist one» (P. Drucker) [3].

It is considered that the concept of the *information society* was introduced into a scientific language by F. Machlup and T. Umesao in the early 1960s [4, p. 18-21], and the authorship of the concept was credited to Y. Hayashi [5]. Theories of the information society crossed with the

theories of post-industrial society largely because both focus on the role of information and knowledge. For example, D. Bell also talks about post-industrial society this way, and Y. Masuda in his work «The Information Society as a Post-Industrial Society» writes: «Production of the information product, not the material one, will be the driving force of the formation and development of the society» [6, p. 29].

Author of the concept of the «*third wave*» A. Toffler is talking about fundamental technological differences between the new society and previous ones [7]. According to his point of view, we can distinguish three waves in the history of civilization: agrarian, industrial and postindustrial. While distribution of custom-made goods was prevalent in societies of the «first wave», industrialization, adoption of new technologies and improvement of energy base have created the conditions for mass production, which gave rise a new distribution system in the societies of the «second wave». The era of the «third wave» characterizes by demassification of production and formation of new infosphere.

M. McLuhan continues this logic [8; 9]. He says that like written-print culture («The Gutenberg Galaxy») has replaced the primitive one, now the emergence of a new culture based on communication technology («global village») is going on.

One of the most important characteristics of the new society is *globalization*, that is understood as the process of simplifying crossing distances between people, resources, goods, capitals, services, information, etc. (M. Castells, Z. Bauman, U. Beck, R. Robertson, etc.) [10-13]. M. Castells, for example, suggests that the space of the information society is a *space of flows*. It can be described as a combination of three layers. First of them consists of a series of electronic impulses which form the material basis for the processes that are strategically important in the network society. This is spatial form like the «city» and «region» were in the industrial society. Places do not exist by themselves in the network of interactions, they do not disappear, but they acquire new meanings under the influence of inclusion into the space of flows – the process similar to the formation of new «economic regions» caused by the construction of railways. The second layer is formed by the

nodes and hubs. The space of flows connects specific locations, with clearly defined social, cultural, physical and functional characteristics. Some places serve as communication hubs to ensure coordination and interaction of elements in the network. Other places are the centers of realization of strategically important functions. Functions that should be performed by each network determine characteristics of places which become preferred nodes. Every network defines its own nodes and their hierarchy according to functions and characteristics of the product or service produced by the network. The third layer of space of flows refers to the spatial organization of the dominant elites performing management functions. In contemporary society space plays a fundamental role in the mechanism of social domination – elites are cosmopolitan, people (masses) are local. The space of power and wealth is projected throughout the world, while life of people and their experiences are rooted in a particular place, its culture and history.

J. Urry continues to develop M. Castells's ideas and offers to consider the world not as an embodiment of human will, but as an «accomplice» of human actions. This means that every process should be explained as a complicated combination of things, nature, information, and human will is equal to the rest here. J. Urry, however, makes a distinction between the «flows» and «scapes». Whereas the «flow» is the set of movements of people, images, information, money and waste that cross national borders uncontrolled, and therefore can bring different kinds of threats, the «scapes» are «the networks connecting together machines, technologies, organizations, texts and actors that form different interconnected nodes through which certain flows can spread» [14, p. 28]. Accordingly, individuals and especially corporations are usually eager to connect to them, becoming a node within a given network.

J. Urry with S. Lash assume that the new society should be considered as «*disorganized capitalism*», in contrast to the previous liberal and organized capitalist one. Its special feature is decline of national economies, growth of the value of information and communication technologies [15]. In their work «Economies of Signs and Space» [16], authors point out the following features of contemporary economy:

- High mobility of subjects;
- The loss of material properties of the products: products get separated from the material content, become signs;
- Acquiring of emblematic surplus value by material products, which become inseparable from them (aesthetization of material products).

The essence of contemporary economy – economy of signs and flows – is accumulation of patterns and expressive signs. Further development of this idea has led S. Lash to the analysis of culture and J. Urry to the formulation of «mobile sociology». J. Urry bases on the fact that the mobility is central moment of contemporary society functioning. It is obvious that mobility blurs the boundaries of territorial sovereignty and undermines the traditional understanding of the society. It leads to necessity of rethinking the concept of society and sociology in general. However, the other fact is more important. In the conditions of the principal possibility of territorial mobility (declared and performed by different actors), one of the key factors is *the idea about mobility*, which determine the existence of communities. J. Urry writes that «most forms of dwelling depend upon various modes of real or imagined mobility» [17, p. 14]. In other words, degree and forms of our belonging to the community, including to local communities, depends on our ideas about possibility and necessity of mobility. In particular, our ideas about the possibility to take a more successful position in the global networks and flows compared to our current location also determine our belonging to one or another community.

F. Jameson's article «Postmodernism or the cultural logic of late capitalism» (1984) became a landmark in the development of the theme of new society [18]. In author's opinion, the postmodern is a new stage of society development – the third («late») stage of development of capitalism, with its own cultural features. F. Jameson writes: «Non-Marxists and Marxists shared the general feeling that a new kind of society (variously described as postindustrial society, multinational capitalism, consumer society, media society, etc.) began to emerge soon afterwards World War II. New types of consumption; planned goods replacement; rapidly grown rhythm of fashion styles and environment; penetration of advertising, television and the media into the deepest levels of sociality; neutralization of former tension between the city and the village, center and province by the suburb arising and process of universal standardization; the growth of the great networks of superhighways and the arrival of automobile culture – these are some of the features which would seem to mark a radical break with that old prewar society in which high-modernism was an underground force» [19].

According to F. Jameson, the key point of understanding the specifics of postmodern society is the fragmentation of life. In his view, the fragmentation replaces alienation described by K. Marx and by many of his followers. In post-

modern society, the social environment and the person fall apart and lose their integrity. Since the person becomes fragmented, its feelings become fragmented as well and do not cover the whole personality. A postmodern person abandons attempts to know his own past, which appears as a set of texts about them that change their interpretation endlessly. The prevalence of reproducing technology of producing leads to huge variety of «cultural products» – images, signs, symbols, that the person cannot deal with.

In the *postmodern conceptions* a new society is opposed to preceding modern one (J.-F. Lyotard, J. Derrida, G. Deleuze, F. Guattari, J. Baudrillard) [20]. The key point of the modern era emerged in the Enlightenment, is considered to be confidence in unlimited ability of the mind and in power of «metanarratives» – holistic and rational descriptions of (social) world, and rational projects for its reconstruction (for the better, of course). The modernity reached its highest point when the dominance of rationality has led to the highly rationalized methods of termination of the opponents of the certain modern project realization (J.-F. Lyotard) [21]. Thus the crucial point for these theories is not the difference in the ways of production between contemporary society and the previous ones, but the difference in the vision of rationality. For example, in the «The Postmodern Condition» (1979) J.-F. Lyotard writes: «Simplifying to the extreme, I define post-modernity as distrust to metanarratives» (cited in [20, c. 213]).

An original continuation of these ideas is the concept of M. Maffesoli «*postmodern solidarity*» [22]. In his view, «the imaginary» as opposed to «the discursive» acquires a special significance in postmodern society. This means the necessity to focus on shared “common” symbols as a basis of forming groups rather than on the «narrative» of the common history and/or values. «Postmodern solidarity» is characterized by the existence of social associations («tribes»), emerging as an objectification of certain symbols identified with common experience, fate, life style, and so on. The existence of these constitutive for the group symbols differ the «postmodern solidarity» from the forms of purposeful associations aimed in needs satisfaction.

Some authors disagree with the postmodernist theories. For example, A. Giddens supposes that modernity is not overcome, but it has radicalized (*high modernity*) [23]. J. Habermas argues that there is possibility to overcome existing difficulties of communication by the creation of «communicative mind» based on rationalism [24]. These difficulties caused by the collapse of ideologies and the loss of belief in their

value and significance. The consequence of the collapse of ideologies is the «fragmentation of consciousness»: the various local, marginal, subculture ideological formations are spreading, but neither they nor previous metanarratives can totally describe and explain the world. Attempts to create the ideology encountered with «resistance of the material»: it is very difficult to set anything coherent from the whole mosaic of different ideas, ideologies, beliefs, world views, etc. [25].

The changes that come along with becoming of new society are reflected in values structure change. This process becomes an object of study for many contemporary sociologists. Different theories begin to consider values of self-realization and individualism as postmodern values. For example, Z. Bauman describing this period talks about individualized society and links the emergence of this phenomenon with an identity crisis, which certainly comes in postmodern society [26].

However, today one of the most influential theories about values changes in postmodern society is the concept proposed by R. Inglehart [27]. It is based on the idea that main factor of readiness of the transit from the modern society to the postmodern (post-industrial) one is feeling of existential safety, which is a result of maximal economic growth.

Capital accumulation and economic growth that took place in the modern era were one of the most important goals for the industrial society. This goal caused the necessity of the existence of a centralized bureaucratic structure, strict regulation by the traditional institutions and moral standards and, as a consequence, the existence of appropriate values. However, achieving the maximal economic growth is reflected in the change in values structure, in the role of traditional institutions and signaled a shift from materialist to post-materialist priorities, which acted as the core of post-modernization process.

In other words, R. Inglehart finds a connection between the economic situation and changes in the cultural environment, in particular a change of values, without being a supporter of economic determinism. Comparing his concept with the A. Maslow's pyramid of needs, the sociologist says that people stop caring about physical and, more importantly, the material needs, which leads to increased self-expression values in the period of post-modernity. Self-realization becomes one of the most important values of postmodern society.

The concept of post-materialism meets criticism from different researchers, who reveal the lack of knowledge of the problem of values shift and notes other factors ignorance, but it is dif-

difficult to find a more empirically grounded argument than proposed by R. Inglehart¹.

Technological development, the emergence of the available transportation in the context of globalization, increasing of interdependence of states has made contemporary society a multicultural one. Tolerance became one of the main values, and mobility became one of the most important reasons for explanation of your place that you occupied in the social hierarchy. However, these changes primarily exist due to achievement of the feeling of economic safety in the countries where the postmodern values can already be considered as well-established. We suppose that certain conditions should contribute to the formation of post-modern values: education rate, levels of wages and unemployment, sphere of employment and the number of middle class (and its quality – the «creative class»).

It is logical to assume that these conditions exist in urban areas mainly. For example, M. Castells suggests that the information production requires *milieu of innovation*, which can usually be found in large metropolitan areas [28].

Well-known theorist of the Los Angeles school E. Soja argues that contemporary social and urban theorists have underestimated the ancient Greek idea of *synekism*. Synekism means co-location of various people and things in the same area, resulting appearing formation of new qualities by saving time and efforts: «synekism involves the creativity, innovation, territorial identity, political consciousness and societal development that arise from living together in dense and heterogeneous urban regions. In this meaning I define synekism as *the stimulus impact of urban agglomeration*, and directly connect it with what can be called as *the spatial specificity of urbanism* – real and imaginary, material and symbolic geographies, or spatial dimensions of urban life» [29].

This trend, which consists in the fact that corporations aim to locate their headquarters and offices in certain places, led the famous American economist R. Florida to the formulation of the concept of «creative class» [30].

Referring to the definition of the Webster dictionary, R. Florida defines creativity as «the ability to create new meaningful forms». He argues that creativity is the main source of competitive advantage. This is true for any historical epoch, but only in the last few decades people have come to a clear awareness of this fact and begin to act accordingly. Therefore, economic production actors are interested in and contrib-

ute to the formation of an appropriate environment.

According to R. Florida, the specificity of creative class consists in the fact that «creative class earn money by projecting and doing something new, and it do this with the greater level of autonomy and flexibility than the other two classes do» [30, c. 23-24]. These are people who included in the post-industrial economy and, consequently, in the «global world». The majority of creative class does not belong to the higher class, it is a part of the middle class, which has become the most influential and popular social group in developed countries. However, it can be considered part of the «cosmopolitan elite» of M. Castells because it includes people who usually weakly tied to the workplace due to their activity, and therefore more often guided by considerations of convenience for life, rather than the closeness to working place in the choice of place of residence.

Developing of different forms of creativity requires a favorable socio-economic environment – creative professionals seeking to live where they like, where there is a spirit of freedom and tolerance towards the different. For example, in his studies R. Florida demonstrates a strong correlation between the proportion of gays and lesbians, on the one hand, and the amount of innovation and citizens' income, on the other hand: «I'm not saying that gays and lesbians are the creative class. But their presence shows that the city accepts all kinds of life. It is easy to become an insider by staying yourself» [31]. In other words, the place preferred by the representatives of the creative class, should satisfy their needs, fit their interests, correspond to their values, and such conditions are usually found in urban areas.

Speaking about Ukraine, according to research by World Value Survey, Ukrainian society has not passed any significant way in the direction of post-modernization [32]. Leading researchers (J. Hrytsak, Y. Golovakha, O. Paskhaver, etc.) insist on the fact that only such a transformation («frog leap» – J. Hrycak) able to provide the country's path towards sustainable development [33-35].

The Euromaidan and the Revolution of Dignity became evidence that some potential for this exists. For example, as shown by research conducted in 2014 on the Schwartz methodology, the participants of the initial stage of The Euromaidan were closer to the average citizen of the European countries than to the average citizen of Ukraine in their values [36]. We can also clarify «carriers» of these values – the typi-

1 In particular, a famous study of values World Value Survey has been performing by his method since 1981 (7 wave of research, which will cover about 60 countries, is scheduled for 2016-2018).

cal protester was a man, 37 years old, with higher education and above average income [37].

It is traditionally to analytically separate Ukraine in the regions, in particular in the West and East ones. The first part is considered to be closer to the European values, and the second one – to the Russian / post-Soviet values. But it is easy to assume that such a mental map does not work in the case of the typical postmodern values carriers, because there must be another important criterion, rather than regional one. For example, in each region there are large cities with more suitable conditions for the emergence of new values: they have a relatively high average level of wages in Ukraine, low unemployment rate and a large concentration of people with higher education.

Considering the concepts of M. Castells, E. Soja, R. Florida, plausible hypothesis in this case is the following: the conditions for the formation of postmodern values exist in urban areas (1), in the groups, whose activities are connected to the global post-industrial economies (2). Accordingly, in Ukraine such «centers of post-modernization» must be considered large cities with a high proportion of people who can be considered close to the «creative class». Is it so? Further researches should give an answer to this issue, and the results will provide data for the comprehension of the ways of development of Ukraine in the new environment.

References

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; перевод с английского под редакцией В. Л. Иноземцева. – М. : Академия, 2004. – 944 с.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества [Электронный ресурс] / Д. Белл // Новая технологическая волна на Западе. – Режим доступа : <http://a-future.ru/socialnye-ramki-informacionnogo-obshhestva-d-bell.html> (25.10.2015)
3. Дракер П. Посткапиталистическое общество [Электронный ресурс] / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе. – Режим доступа : http://iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/page_1067.html (25.10.2015)
4. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации : учебн. Пособие / Р. Ф. Абдеев . – М. : ВЛАДОС, 1994. – 336 с.
5. Алексеев И. В. Готовы ли мы к Интернет нового поколения? / И. В. Алексеев, А. И. Русаков // Вестник РФФИ. – 2000. – № 1(19). – С. 5–11.
6. Masuda Y. The Information Society as Post-Industrial Society / Y. Masuda. – Washington, D.C. : World Future Society, 1981.
7. Тоффлер Э. Третья волна : пер. с англ. / Э Тоффлер. – М. : Изд-во АСТ, 1999. – 784 с.
8. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн ; пер. И. О. Тюрина. – М. : Академический проект, 2005. – 496 с.
9. Fiore Q. War and Peace in the Global Village / Q. Fiore, M. McLuhan. – N.Y. : Bantam, 1968.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
11. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і успільства / З. Бауман ; пер. з англ. І. Андрущенко ; за наук. ред. М. Вінницького. – К. : Києво-Могилянська академія, 2008. – 109 с.
12. Бек У. Что такое глобализация? Ошибки глобализма – ответы на глобализацию / У. Бек ; пер. с нем. А. Григорьева, В. Седелника ; общ. ред. и послесл. А. Филиппова. – М. : Прогресс-Традиция. – 2001. – 304 с.
13. Кирьянова Л. Г. Общество в контексте глобально-локальных отношений / Л. Г. Кирьянова. – Томск : Дельта-план, 2007. – 136 с.
14. Кимелев Ю. А. Джон Урри. Социология за пределами обществ. Мобильности двадцать первого столетия / Ю. А. Кимелев // Социологическое обозрение. – Том 1. – № 1. – 2001. – С. 25-35.
15. Lash S. The End of Organized Capitalism / S. Lash, J. Urry – University of Wisconsin Press, 1987.
16. Lash S. Economies of Signs and Space / S. Lash, J. Urry – L. : Sage, 1994.
17. Урри Дж. Социология за пределами обществ. Виды мобильности для XXI столетия / Дж. Урри ; пер. с англ. Д. Кралечкин. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. – 336 с.
18. Jameson F. Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism / F. Jameson // New Left Review 1/146, July-August 1984. – Pp. 59-92.
19. Джеймисон Ф. Постмодернизм и общество потребления : пер. с англ. [Электронный ресурс] / Ф. Джеймисон // Логос. – 2000. – №4 (25). – С. 63-77. – Режим доступа : http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_4/10.htm (25.10.2015).
20. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия: эволюция научного мифа / И. П. Ильин. – М. : Интрада, 1998. – 255 с.
21. Лиотар Ж.-Ф. Ответ на вопрос: что такое постмодерн [Электронный ресурс] / Ж.-Ф. Лиотар. – Режим доступа : <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=78188> (25.10.2015).
22. Maffesoli M. The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in the Mass Society / M. Maffesoli. – London: SAGE Publications; Thousand Oaks, New Delhi, 1996.
23. Giddens A. The Consequences of Modernity / A. Giddens. – Cambridge : Polity Press, 1990.
24. Хабермас Ю. Модерн – незавершенный проект / Ю. Хабермас // Вопросы философии. – 1992. – № 4. – С. 40-51.
25. Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма / Ю. Хабермас // THESIS. – 1993. – №2. – С. 123-136.
26. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман ; пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева – М. : Логос, 2005. – 390 с.
27. Инглхарт Р. Модернизация, культурные изменения и демократия. Последовательность человеческого раз-

вития : пер. с англ. / Р. Инглехарт, К. Вельцель. – М. : Новое издательство, 2011. – 464 с.

28. Кастельс М. Реконструкция социального смысла в пространстве потоков [Электронный ресурс] / М. Кастельс ; пер. с англ. В. В. Вагина // Портал «Социологические прогулки». – Режим доступа : <http://www.urban-club.ru/?p=100> (25.10.2015)

29. Соля Э. Как писать о городе с точки зрения пространства / Э. Соля ; пер. с англ. А. Смирнова // Логос. – 2008. – №3. – С. 130-140.

30. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида ; пер. с англ. А. Константинова. – Классика-XXI, 2005. – 430 с.

31. Ричард Флорида «Если по улицам ходят лесбиянки, значит, в городе можно жить» [Электронный ресурс] // Коммерсантъ Секрет Фирмы. – №37 (269). – 22 сентября 2008. – Режим доступа : <http://www.kommersant.ru/doc/1029612>

32. Live cultural map over time 1981 to 2015 [Electronic resource] // Youtube.com/Worldvaluessurvey. – Way of access : https://www.youtube.com/watch?time_continue=32&v=ABWYOcru7js (25.05.2016)

33. Евгений Головаха: В Украине две угрозы – авторитарная и шовинистическая [Электронный ресурс] // Фокус. – 11.02.2014. – Режим доступа : <http://focus.ua/society/296745/> (25.05.2016)

34. Украина сможет совершить «прыжок лягушки» и провести стремительную модернизацию, а Россия – слишком тяжелый динозавр – Грицак [Электронный ресурс] // Новое время. – 3 сентября 2014. – Режим доступа : <http://nv.ua/publications/gricak-ukraina-smozhet-sovershit-pryzhok-lyagushki-i-provesti-stremitelnuyu-modernizaciyu-a-rossiya-slishkom-tyazhelyy-dinozavr-10315.html> (25.10.2015)

35. Александр Пасхавер: «С нашими нынешними ценностями мы не можем быть богатой страной» [Электронный ресурс] / А. Пасхавер // Platforma. – 19 лютого 2015. – Режим доступа : <http://reinvent.platfor.ma/aleksandr-paskhaverr/> (25.10.2015)

36. Шестаковский А. Радикализованные европейцы: ценности и социальная база Евромайдана // Перекрёстки: журнал исследований восточноевропейского пограничья. – 2014. – № 1–2. – С. 131–162.

37. Від Майдану-табору до Майдану-січі: що змінилося? [Електронний ресурс] // Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/ua/publications/press-relizy/vid-mchi-sho-zminilos.htm>

NEW SOCIO-ECONOMIC BRAND «CARPATHIANS» IN THE CONTEXT OF TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT IN COUNTRIES OF CENTRAL AND EAST EUROPE

Brand in terms of strategy is a way of relationships between the organization and its target groups, aimed at removing a priori existing conflict. Therefore, formation of a new socio-economic brand «Carpathians», which joins a mountain system in the eastern part of Central Europe, Ukraine, Hungary, Poland, Slovakia, Romania, Serbia and Austria, will help create a new image of Carpathians and implementation of programs aimed at increase of investment activities, building confidence to domestic producers and creating programs to attract tourists to the most profitable tourist areas, in particular.

Keywords: brands, traditional products, famous brand, successful export.

У статті розкривається така важлива проблема становлення та розвитку в Україні соціального інституту туризму, як брендінг регіонів. Підкреслюється, що, з точки зору стратегів, бренд – це засіб управління взаємовідносинами між організаціями та їхніми цільовими групами, спрямований на усунення априорі існуючого конфлікту. Акцентується та тому, що формування нового соціально-економічного бренду Карпат як гірської системи на сході Центральної Європи, зокрема на території України, Угорщини, Чехії, Польщі, Словаччини, Румунії, Сербії та Австрії, сприятиме створенню нового іміджу цього регіону та реалізації програм, спрямованих на підвищення інвестиційної діяльності, в тому числі формування довіри до національних виробників товарів та послуг, зокрема туристичних, та розробку програм залучення різноманітних соціальних груп до найбільш прибуткових регіональних напрямків.

Особлива увага приділяється питанню створення бренду Карпат, який повинен відображати всі елементи унікальності цієї території. Як приклад, автором пропонується такий перелік цільових груп брендінгу карпатських територій: 1) відвідувачі територій; 2) підприємства; 3) місцеві жителі та особи, що працюють на території; 4) зовнішні ринки.

Підкреслюється, що проблема бренду регіону потребує більш глибокого наукового, зокрема соціологічного, аналізу.

Ключові слова: бренд, традиційні продукти, відомий бренд, успішний експорт.

В статье раскрывается такая важная проблема становления и развития в Украине социального института туризма, как брендинг регионов. Подчеркивается, что, с точки зрения стратегов, бренд – это средство управления взаимоотношениями между организациями и их целевыми группами, направленное на устранение априори существующего конфликта. Акцентируется внимание на том, что формирование нового социально-экономического бренда Карпат как горной системы на востоке Центральной Европы, в частности на территории Украины, Венгрии, Чехии, Польши, Словакии, Румынии, Сербии и Австрии, будет способствовать созданию нового имиджа этого региона и реализации программ, направленных на повышение инвестиционной деятельности, в том числе формирования доверия к национальным производителям товаров и услуг, в частности туристических, и разработке программ привлечения различных социальных групп к наиболее прибыльным региональным направлениям.

Особое внимание уделяется вопросу создания бренда Карпат, который должен отражать все элементы уникальности этой территории. В качестве

примера, автором предлагается такой перечень целевых групп брендинга карпатских территорий: 1) посетители территорий; 2) предприятия; 3) местные жители и лица, работающие на территории; 4) внешние рынки.

Подчеркивается, что проблема бренда региона требует более глубокого научного, в частности социологического, анализа.

Ключевые слова: бренд, традиционные продукты, известный бренд, успешный экспорт.

Problem of the institutionalization of tourism activities in modern Ukrainian society's conditions is becoming increasingly urgent. Formation of social tourism institute requires, from our point of view, some sociological support of this process. In this context we note that Ukrainian sociology has some (but not huge) experience in analysis of tourism practices of Ukrainian citizens, of tourism, of social tourism base, of its functions, infrastructure and so on. Despite the existence of a textbook on the sociology of tourism [1], and several thesis works (see, for example: [2]), there is no theoretical-methodological and empirical basis in Ukrainian sociology, which could provide a basis for well-developed middle-range theory. Numerous issues of tourism as a social institution and individual practice still expect their research.

In addition to studies of macro- and micro-social level, issues related to analysis of tourism on mezosocial level are actualizing. So, there is an urgent problem of the study of such an important factor in the development of tourism industry in Ukraine, as a brand of country and brands of its different regions.

That is why (in the framework of this bigger task) the purpose of proposed publication is to define the specific ways and mechanisms of creation of Carpathian region's new image by developing an attractive brand in the region.

In this design of research we plan to define brand in context of sociology of tourism and then provide sociological analysis of Carpathian region's brand from its methodological and theoretical positions.

Introduction. *Brand* is a set of concepts generalizing people's ideas about certain product, service, company or person. It is widely used in marketing and advertising, but nevertheless it is a financial concern. Brand could have own name, symbol or graphic image, which represents an economic object and is uniquely associated with it in the minds of consumers. There are several major interpretations of the brand:

– *in terms of linguists* – brand is a way to identify graphically the specific manufacturer's products;

– *in terms of advertising* – it is a name, term, sign, symbol or any other characteristic, which

clearly identifies products, service as different from other goods and services;

– *in terms of strategy* – it is a means of relationship between the organization and its target groups, aimed at removing a priori existing conflict.

Presentation of the main material. Actually, brand is a unique combination of brand values a consumer pays an additional cost for, or just prefers to buy, often causes unique emotions. The difference between a trademark and a brand: a trademark may have a high sales turnover, and brand – has a high income. Brand or trade mark is a commodity that can be bought and sold. The Business Week magazine together with the Interbrand company regularly evaluate brands. At the moment the most expensive brands are Coca-Cola, Microsoft and IBM.

There are two concepts «brand valuation» and «brand evaluation», which are translated identically – «brand value», but they have fundamental differences: brand valuation means «value of brand» and brand evaluation represents «cost of brand» [5].

Note this symbol: this is a traditional international symbol of the registered mark for goods and services. The Latin letter R means that the mark has been registered. Labels for goods and services (English trademark) are a symbol, under which goods and services of one person are different from goods and services of others. These symbols can be words, numerals, figurative elements, combinations of colors. In the Civil Code of Ukraine concerning the mark for goods and services the term «trademark» is used. The term «trademark» is a direct borrowing from English. In fact, the term «mark for goods and services» and «brand» have the same meaning and can be used as equivalents.

In Ukraine, as in most legislative systems of the former Soviet Union, the rights for the trademark come in after it has been registered in the appropriate public department. In Ukraine, the State Department of Intellectual Property (SDIP) has this right. Formally, SDIP is responsible for the entire process of mark registration. However, in practice, most of the executive functions of SDIP in Ukraine are performed by the State Enterprise «Ukrainian Industrial Property Institute» more known as the Ukrpatent. This institution examines the appli-



Picture 1. Traditional international symbol of the registered mark for goods and services

cations to register objects of intellectual property. Brand is the subject of intellectual property, legally protected by the Civil Code and law of Ukraine «About protection of rights for goods and services marks», and also on international agreements signed by Ukraine, including the Madrid Agreement [1].

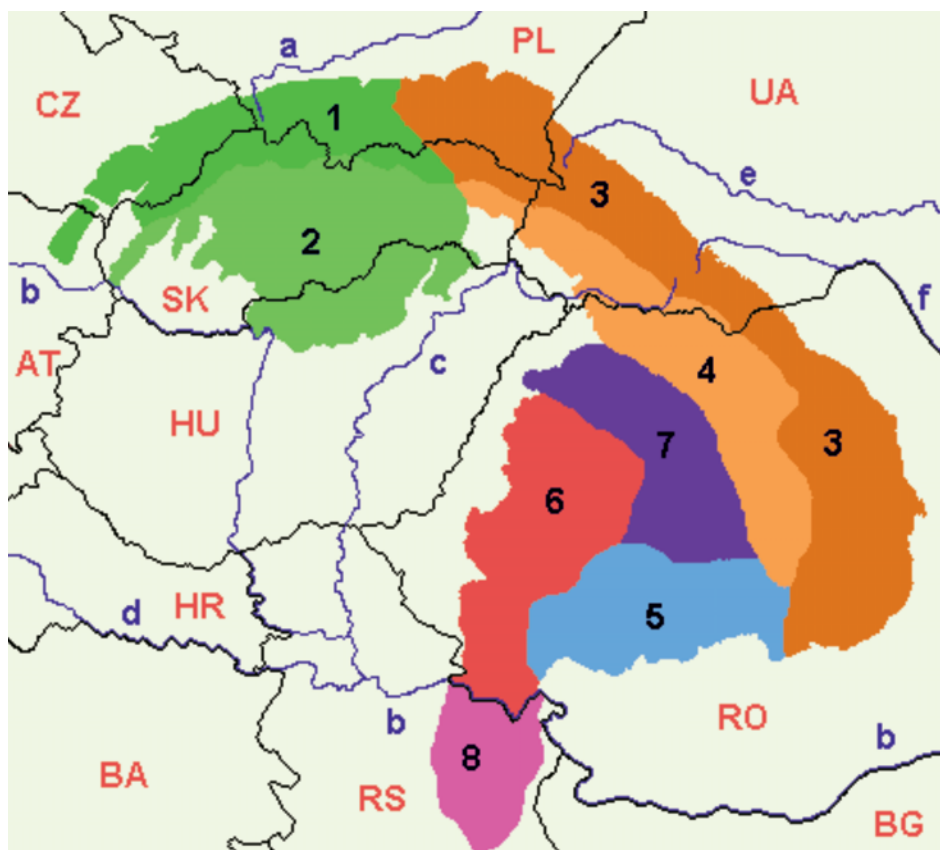
Juridical and physical persons of the signatories to the Madrid Agreement or Protocol, may provide in all other member states of the Madrid system protection of their trademarks through the filing of applications for these marks at the International Bureau of World Intellectual Property Organization, which carries out such registration. The International trademark registration has the same effect as its registration statement, submitted to each of these countries following national procedures. In case there is a need to increase the number of countries, where the mark protection is provided, the applicant may make a statement on territorial expansion.

Nowadays, Europe promotes the brands like «Alps», «The Balkans», «Pyrenees».

Therefore the headway of the trademark «Carpathians» is in the direct economic and social-political interest of every Carpathian country. To reach the goal there should be a tight constant cooperation between state authorities, science and business. Scientists have to analyze, propose new ideas, concepts, plans, strategies, and develop them. Accordingly, State organs should provide with legislative acts, permissions, certification and standardization, and business should invest resources and to get benefits. Then the evolutionary cycle starts to operate: business investing money pays taxes, from which state authorities finance science, which again produces innovation, and so the movement, improvement goes on [4].

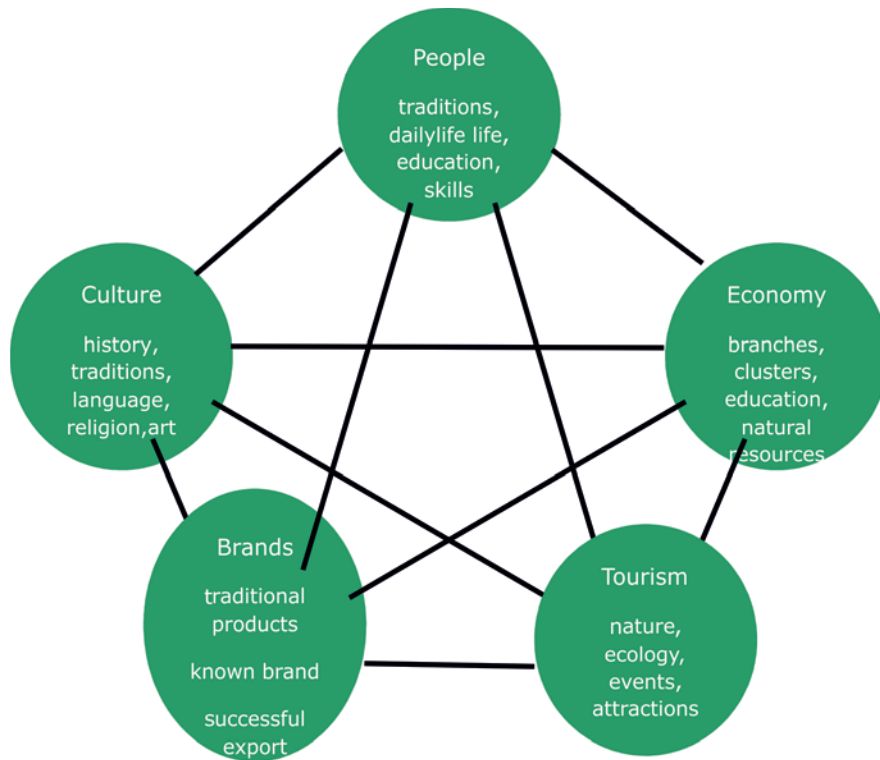
Have a look at the geographical location of Carpathians (the Carpathian Mountains). This mountain system is situated on the East of Central Europe, on the territory of Ukraine, Hungary, Poland, Slovakia, Romania, Serbia and Austria. It is stretched out on 1500 km, forming a convex arc that closes the Mid Danube plain. The biggest width – 430 km. Carpathians are one of the main Europe's watersheds between the Baltic and the Black Sea. Orographically, the Carpathian chain is divided into West Carpathians, East Carpathians (a part of which are the so-called Ukrainian Carpathians), the Beskids, Southern Carpathians, Romanian Western Mountains and Transylvanian plateau. Prevailing height of the Carpathians is 800-1200 m, the highest point is Herlach in Tatras (2 655 m), in Ukraine it is Hoverla (2061 m).

In the next years the tourist industry in the Carpathian Mountains can expect a considerable stir because people's income decreased, and there will be a need to move from tourism for rich and upper-middle class to the middle and lower middle class. This class is a new eco-



Picture 2. The geographical location of Carpathians

nomical base of the new European tourist brand «Carpathians»: living in rural households, hostels, econom-class motels, which can provide relaxation on the principle of «decent quality – low prices» [3]. New tourist routes are actively



Picture 3. Brand of the region

created in neighboring Carpathian countries with Ukraine. Nowadays, Slovakia, Czech Republic, Poland, Romania, Serbia, Hungary are convinced on their own unsuccessful example, that they have to care not only of their own tourist areas (owners of facilities in these areas not

only of their objects), but cooperate together on the united brand – Carpathians (the Carpathian Mountains). Otherwise, we will have a replay of disappointing tourist facts in the Carpathians, when the tourists of tourism industry predicted that the Slovakian Tatras could lose 40% of tourists during the winter season of 2008-2009, but the reality has proved a decrease of the tourist flow to about 76%. From 20th of December to 12th of January, every day loss of this area made about 520 thousand euros. They have been dumped by the other brand «Alps» that has long ago united countries like France, Switzerland, Italy, Slovenia and Austria. Today the seasonal tourist potential of the brand «Carpathians» in the context of tourism development in Central and Eastern Europe makes about 10 million people [2]. If the united brand «Carpathians» wouldn't popularized, Carpathian countries would constantly lose marketing battles with such professionals as Alps, Mediterranean, Pyrenees and Scandinavia.

Conclusion

Brand of the region should reflect all elements of uniqueness. The following scheme is provided as an example.

Target groups of branding of the Carpathian territories are:

- visitors of the area;
- companies, enterprises;
- residents and employees on the territory;
- external markets.

Territorial tourism brand «Carpathians»

Український соціологічний журнал. 2015. № 1-2



Picture 4. The place of a regional brand in the brand system on example of Transcarpathia / Zakarpattya

have to form a clear regional idea: uniting of tourist business representatives, state authorities, educational institutions, professional associations from 8 countries of the Carpathian region, which set up the following objectives:

- differentiate the Carpathian region in the total world tourist flow;
- create conditions to improve competitiveness of the Carpathian region on the tourist market;
- combine common tourist products and services into one network.

General information about forming of a socio-economic tourist brand «Carpathians» in the context of tourism industry development in Central and Eastern Europe positioned four basic directions of the brand development in the Carpathian area:

1. Creating an image and implementing programs aimed at increasing of investment activities.

2. Building trust to national producers, comprehensive programs for promotion of national products abroad.

3. Creating an image of an attractive tourist destination and creating programs to attract tourists to the most profitable tourist areas.

4. Creating a program of an attractive image area.

All these events need sociological accompaniment in order to regulate resource allocation, time management and space administrating, and normalize state policy and needs of local communities in short-term and long-term outlook.

References

1. Article 1 of the Law of Ukraine «On Protection of marks for goods and services» from 15.12.1993 № 3689-XII.
2. Ananyev, M. International tourism and its development after World War II. – M. : Vneshtorhyzdat, 1966.
3. Kvaralonov, V. Biosphere and tourism: the global interaction and ecology, geographic scientific research of territories of tourist destination, world culture, tourist migration system, pedagogy, sociology and management strategy: [V 5 t.] / V. A. Kvaralonov. T. 3: social space of sports and tourism. – M.: Nauka, 2002.
4. Lukashevich, M., Shandor, F. Sociology of Tourism. – Uzhhorod: Art Line, 2008. – 338 pp.
5. Smoliy, V., Fedorchenko, V. Encyclopedic Dictionary of Tourism / Introduction V. M. Litvin – K. : Slovo, 2006.

Антон Пасісниченко*магістр соціології, старший лаборант кафедри соціології
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна***Anton Pasisnychenko***MA in sociology, senior research assistant at Sociology Department,
V. N. Karazin Kharkiv National University senior research assistant.*

ЄВРОПЕЙСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В АКАДЕМІЧНОМУ ДИСКУРСІ: КОНСТРУЮВАННЯ КОСМОПОЛІТИЧНОГО ОБРАЗУ ЄВРОПИ

У статті аналізуються процеси дискурсивного конструювання європейської ідентичності в контексті розвитку сучасної теорії космополітизму, зокрема концепцій У. Бека та Дж. Деланті. Розглядаючи внесок у концептуалізацію космополітизму У. Бека, автор робить акцент на поняттях «методологічного» та «банального» космополітизму та їхньої ролі в осмисленні Європи як «реальної космополітичної імперії». У контексті аналізу теорії космополітизму Дж. Деланті особлива увага приділяється здійсненому ним розрізненню між європейським космополітичним проектом та іншими проектами, а також його ідеї про те, що розвиток першого, скоріше, пов'язаний із соціальними теоретиками, ніж із брюссельськими чиновниками. Для перевірки та підтвердження ключових положень зазначених концепцій космополітизму автор звертається до результатів емпіричного дослідження європейської ідентичності, здійсненого Ф. Піхлером.

Ключові слова: європейська ідентичність, образ Європи, космополітизм, дискурсивне конструювання.

This article explores the processes of European identity's discursive construction in the framework of contemporary cosmopolitanism theories, in particular – concepts developed by Ulrich Beck and Gerard Delanty. Considering Beck's contribution in cosmopolitanism conceptualization, the author focuses on the notions of "methodological" and "banal" cosmopolitanism and their role in comprehending Europe as a real cosmopolitan empire. In Delanty's theory of cosmopolitanism a distinction between European and other cosmopolitan projects is underscored and its connection with social theorists rather than Brussels officials is stressed. Finally, Florian Pichler's empirical study of European cosmopolitan identity is considered and its significance for verification of the key cosmopolitan theory assumptions.

Keywords: European identity, image of Europe, cosmopolitanism, discursive construction.

В статье анализируются процессы дискурсивного конструирования европейской идентичности в контексте развития современной теории космополитизма, в частности концепций У. Бека и Дж. Деланти. Рассматривая вклад в концептуализацию космополитизма У. Бека, автор акцентирует внимание на понятиях «методологического» и «банального» космополитизма и их роли в осмыслении Европы как «реальной космополитической империи». В контексте анализа теории космополитизма Дж. Деланти особое внимание уделяется предпринятому им разграничению между европейским космополитическим проектом и другими проектами, а также его идее о том, что развитие первого, скорее, связано с социальными теоретиками, чем с брюссельскими чиновниками. Для проверки и подтверждения ключевых положений указанных концепций космополитизма автор обращается к результатам эмпирического исследования европейской идентичности, проведенного Ф. Пихлером.

Ключевые слова: европейская идентичность, образ Европы, космополитизм, дискурсивное конструирование.

Процес формування та розвитку Європейського Союзу як нової спільноти спричинив потужний поштовх до актуалізації тематики європейської ідентичності в академічному дискурсі, визначення якої стало викликом як для європейської еліти та нових «громадян Європи», так і для соціальних теоретиків. Зазначимо, що у науковому, публічному та інших дискурсах розуміння феномену європейської ідентичності є досить неоднозначним. Сьогодні активно дискутуються подальші перспективи розвитку європейської ідентичності в контексті нових кризових моментів у розвитку ЄС: провалу проекту єдиної європейської конституції, фінансової та міграційної кризи тощо. Черговим викликом для політичної Європи та європейської ідентичності стала агресивна політика Росії, яка своїми діями створила військовий конфлікт в Україні і вперше після Другої світової війни порушила встановлені державні кордони та систему європейської безпеки в цілому. З огляду на це, спроби теоретичного осмислення європейської ідентичності спрямовуються не на вирішення абстрактних концептуальних проблем, а на подолання реальних загроз подальшому існуванню політичного проекту ЄС.

Попри велике розмаїття підходів до аналізу європейської ідентичності, представлених в академічному дискурсі, більшість її дослідників погоджується з неможливістю її виявлення як певного феномену з фіксованим переліком об'єктивних ознак. Деякі науковці, відходячи від есенціалістських настанов, вказують на необхідність аналізу того, як європейська ідентичність формується завдяки механізмам іншування та постає по суті дискурсивним конструктом. Крім визнання, що ідентичність взагалі може існувати тільки в дискурсі, акцентується селективна та стратегічна природа цього дискурсу. Мова йде про те, що процеси конструювання, що відбуваються в рамках певного дискурсу та використовують конкретні образи «іншого», утворюють у підсумку певні образи Європи, європейців та їхньої ідентичності. При цьому кожний образ знаходиться у відносинах конкурентного змагання з альтернативними образами за право визначати домінуюче уявлення про європейську ідентичність.

Метою даної статті є виявлення специфіки конструювання європейської ідентичності в академічному дискурсі на прикладі концепцій космополітизму, представлених в роботах У. Бека та Дж. Деланті.

Наш вибір концепцій космополітизму саме цих авторів зумовлений тим, що в їхніх працях надаються відмінні від існуючих у концептуальних побудовах інших науковців образи Європи та, відповідно, стратегії конструювання європейської ідентичності.

Так, на відміну від образу Європи як єдиного культурного простору, у зазначених концепціях космополітизму образ Європи формується на основі глобальних постнаціональних орієнтирів європейців. Такий образ Європи можливий за умов визнання послабленої ролі національних держав та розриву зв'язку між культурою та ідентичністю.

Зазначимо, що образ Європи як постнаціонального утворення представлений також у рамках концепцій конституційного патріотизму та публічної сфери Ю. Габермаса. На затвердження космополітичного образу Європи також активно працюють політологічні студії (наприклад, дослідження Д. Акібугі з його ідеєю космополітичної демократії [1]). Однак особливого звучання нова європейська ідентичність набуває саме в концептуальних схемах космополітизму. Якщо, за оцінкою британського соціолога Дж. Деланті, «ми цілком виправдано можемо говорити про космополітичний поворот у соціальних науках», то не дивно, що ідеї, артикульовані в рамках академічного дискурсу, згодом були адаптовані й іншими дискурсами, породжуючи численні проекти космополітичної Європи [2, р. 324].

Отже, звернемося до більш докладного аналізу теорій космополітизму обраних нами дослідників. Почнемо з У. Бека, який вважається провідним представником сучасної теорії космополітизму, в рамках якої феномен європейської ідентичності пов'язується з універсальними цінностями глобалізованих спільнот, а не з певними національно-культурними особливостями. У своїй концептуалізації космополітизму він розрізняє космополітизм як методологічний інструмент і як соціальний процес глобалізації всередині того чи іншого суспільства. Успіху цього процесу сприятиме заміна методологічного націоналізму, пов'язаного з нацією-державою, на методологічний космополітизм, а на буденному рівні заміна банального націоналізму на банальний космополітизм [3, р. 7]. Методологічний космополітизм має вирішити проблему виключення «іншого» як всередині суспільства, так і в стосунках між націями. Для цього У. Бек пропонує перейти від логіки «або одне, або інше» до космополітичної логіки «як одне, так і інше» і в такий спосіб поєднати відкритість до «інших» із універсальними нормами.

Практичну цінність космополітичного підходу У. Бек демонструє, застосовуючи його до аналізу майбутнього нової Європи. На релевантності ідей космополітизму в умовах сучасної кризи ЄС він наголошує у спільній із Е. Гранде роботі «Космополітизм: європейський шлях виходу з кризи» [4]. У ній констатується, що Європа знаходиться в стані інституційної, економічної та політичної кризи,

коли вже вичерпується політична енергія всього європейського проекту інтеграції. Головний недолік вбачається у хибному задумі конструювання Європи за принципом національної держави. В публічних дебатах вона й досі представляється в термінах «недобудованої нації», «незавершеної федерації», результатом чого є відповідне ставлення до Європи, яка повинна та може стати нацією та державою [4, р. 67, 69]. З огляду на це, дискусії про Європу нерідко зводяться до непродуктивної контрпозиції: або Європа, або національна держава. У цьому контексті успіх європейського проекту виявляється можливим лише за умов стагнації національної ідентичності та суверенітету окремих країн, а існування національних держав потрібно постійно захищати від зазіхань Європи як «наддержави» [5, р.57]. За таких умов процес євроінтеграції видається прогашним як для кожної окремої європейської країни, так і для об'єднаної Європи в цілому.

Для подолання сучасної кризи Європи необхідно формування нового політичного бачення і нової концепції інтеграції. Для У. Бека та Е. Гранде це фактично означає «наово вигадати» Європу: «Нам потрібно не менше, а більше Європи, але нам потрібна інша, більш космополітична Європа» [4, р. 69-70]. Для досягнення цієї мети вони закликають застосувати космополітичну логіку «як одне, так і інше», що руйнує протиставлення між ідентифікацією з Європою та ідентифікацією з державою. Ця логіка заперечує уніфікуючу інтеграцію, націлену на подолання різноманіття, притаманного країнам-членам ЄС. На думку авторів, плутаючи єдність та однорідність, існуюча «політика гармонізації» фактично закриває очі на відмінності, пов'язані з національними державами. Логіка «як одне, так і інше» пропонує розглядати розмаїття не як проблему, а як шлях до конструювання сучасної ідентичності об'єднаної Європи.

Для У. Бека та Е. Гранде космополітизм у проекті нової Європи означає застосування в європейській політиці принципу «диференційної інтеграції», коли процес об'єднання є толерантним до національних, регіональних та інших відмінностей його учасників [4, р. 72]. Зміст цього принципу складають такі елементи, як «взаємне визнання відмінностей», «метод відкритих форм співробітництва» між країнами-членами та «концепт варіативної геометрії» як інтеграція з різною швидкістю в залежності від готовності конкретних країн.

Однак головним плюсом космополітичної Європи У. Бек та Е. Гранде вважають можливість подолання демократичного дефіциту та укріплення легітимності Євросоюзу. «Демократизація Європи має бути здійснена

за допомогою нової моделі космополітичної демократії, - проголошують вони, - і ця мета може бути досягнена тільки з використанням деяких нових стратегій: стратегії інтервенції, включення й визнання інакшості та контролю» [4, р. 77].

Перша стратегія означає перехід від принципу представництва до включення або, скоріше, інтервенції громадян у європейські політичні процеси. Визнання іншого як друга стратегія передбачає заміну голосування більшої по важливим політичним питанням на консенсусне голосування, яке відрізняється увагою до потреб інших, які частіше представлені меншинами. Головними елементами становлення духу космополітизму в Європі, за У. Беком та Е. Гранде, є саме різноманіття та визнання інакшості. «Різноманіття не повинно бути ієрархізоване чи заміщене суспільно прийнятими нормами, цінностями та стандартами, - наголошують вони, - навпаки, воно повинно бути прийнятим і позначеним у якості позитивної цінності. Із позицій космополітизму життєво необхідним є сприйняття інших як відмінних і тотожних одночасно» [4, р. 71]. При цьому космополітизм має поєднувати толерантність до інших із певними суспільно прийнятими універсальними нормами.

Образ космополітичної Європи теоретики розглядають в якості альтернативи не тільки традиційному націоналізму, але й супернаціоналізму європейського демосу. Вони сподіваються, що в результаті буде сформовано нову Європу, яка не повторюватиме моделі національних демократій, а започаткує європейську демократизацію/космополітизацію знизу. Ці процеси мають стимулювати почуття європейськості серед громадян об'єднаної Європи.

Ще один варіант європейського космополітичного проекту в академічному дискурсі представлений британським соціологом Дж. Деланті. Якщо для У. Бека ЄС є «космополітичною імперією» (і це стосується навіть повсякденного рівня «банального космополітизму»), то Дж. Деланті має відмінну точку зору. На його думку, зараз лише «певні елементи європеїзації нації-держави створили передумови для того, щоб космополітизація стала важливим виміром сучасного європейського суспільства» [5, р. 25].

Дж. Деланті, як і У. Бек, пов'язує космополітизм із глобалізацією, але він говорить про глобальність через призму локального, тобто про глокалізацію, зазначаючи, що, попри всю значимість транснаціональних факторів, космополітизм не можна зводити до них. «Коли говорять про космополітизм, - наголошує Дж. Деланті, - то мається на увазі трансформація в самоусвідомленні як результат взаємодії з іншими у питаннях глобально-

го значення. Це стосується ідентифікаційних процесів власної трансформації, що відбувається тоді, коли ми стикаємося з іншими в контексті глобальних проблем» [2, р. 324]. Тобто космополітичний проект нерозривно пов'язаний із проблематикою конструювання нових соціальних ідентичностей.

Ключовою ознакою сучасного космополітизму Дж. Деланті називає усвідомлення множинності ідентичностей в існуючому плюралізмі спільнот. При цьому головний акцент він робить на формуванні нового ставлення до «іншого/інакшості», яке передбачає «космополітичний діалог». Завдяки йому ми не тільки толерантно сприймаємо інших, але й трансформуємося самі: «На противагу національній ідентичності, що походить зі спільної культурної спадщини та родоводу, космополітизм сприяє рефлексивному підходу до індивідуальної та колективної ідентичності і, що важливо, позитивно сприймає цінності Іншого» [6, р. 194].

Космополітичний образ Європи автор представляє у своїй книзі «Переосмислюючи Європу: соціальна теорія та наслідки європеїзації» [6]. Дане дослідження представляє концепт космополітизму в руслі конструктивістської парадигми. Виходячи із цих позицій, Дж. Деланті робить зауваження, що наразі «космополітизм пов'язаний з Європою тільки завдяки соціальним теоретикам, а не європейським бюрократам» [6, р. 193]. Автор наголошує на необхідності «космополітизації Європи» в контексті актуалізації завдання подолання кризи. Однак суттєвою перешкодою на шляху космополітизації Європи є те, що «ЄС більше подобається розглядати європейських громадян із точки зору їхньої національної приналежності (nationals / Europeans), а не як космополітичних європейців» [6, р. 195].

Дж. Деланті зазначає, що «космополітизм не є виключно західним проектом і може існувати будь-де і в будь-який час» [2, р. 324]. Варіативність проявів космополітизму він розглядає як основу нового типу відносин між Європою та Азією. Європа напрацювала більш високий рівень «внутрішнього» виміру космополітизму, - пише Дж. Деланті, - однак азійська модель, хоч менш розвинена, але є не менш вагомим і може збагатити європейський проект. Зрештою космополітична Європа «потребує переосмислення європейської ідентичності, аби сформувати більш позитивне ставлення до Азії» [2, р. 340].

У контексті представленого в академічному дискурсі космополітичного образу Європи цікавим доповненням видається емпіричне дослідження того, наскільки цей образ проявляє себе на рівні звичайних громадян, проведене у 2005 році австрійським соціологом Флоріаном Піхлером [8].

Одним із завдань дослідник визначив перевірку теоретичних установок космополітизму через дослідження присутності космополітизму не тільки в Європі, але й по всьому світі. Якщо, за словами Піхлера, космополітизм, дійсно, став реальністю в Європі, тоді ми маємо побачити поширення космополітичних орієнтирів серед європейців. Для цього Піхлер вивчав, наскільки європейцям притаманна космополітична ідентичність, як вони сприймають Європу та як ставляться до процесу європейської інтеграції.

Отримані емпіричні дані засвідчили дещо неоднозначну ситуацію з реальною поширеністю космополітичної ідентичності серед європейців. З одного боку, результати дослідження підтвердили, що «космополітизм завоював плацдарм в Європі», оскільки приблизно половина респондентів продемонструвала певний ступінь приналежності до Європи та світу в цілому [7, р. 1121]. Однак за комбінацією факторів ідентичності, перцепцією Європи та оцінками європейської інтеграції в процесі дослідження було виявлено існування трьох різних за орієнтацією груп.

Представників першої групи Ф. Піхлер називає «європейськими космополітами». Вони мають космополітичне бачення Європи, підтримують інтеграцію ЄС та проявляють космополітичну ідентичність, тобто легко поєднують національний, європейський та глобальний типи ідентифікації. Ця група була представлена 15% респондентів. У другій групі (40% опитаних), попри критичне ставлення до ЄС, все ж фіксується «помірний космополітизм». Респонденти, що увійшли до цієї групи, бачать себе європейцями, але не сприймають інтеграційні процеси в ЄС і тому визначаються як носії «банального космополітизму», оскільки їхня європейська ідентичність та космополітизм не впливають на їхні політичні погляди. Представникам третьої групи (45%) космополітизм, завдяки впливу різних факторів, виявився притаманним у найменшій мірі або зовсім не притаманним.

Ф. Піхлер доходить висновку, що «люди з сильними космополітичними ідентичностями вочевидь належать до меншини; однак щонайменше більше половини респондентів є поміркованими космополітами» [7, р. 1116]. Іншим важливим висновком цього дослідження є те, що космополітизм у значній мірі формується під впливом індивідуальних характеристик та є контекстно залежним. Молодші, краще освічені, більш кваліфіковані та люди з досвідом проживання за кордоном частіше визначають себе як європейців. Також було встановлено, що соціально-демографічні чинники мають значний вплив на формування космополітичної ідентичності. Остання легше укорінюється в урбаністичних

зонах та потребує певного рівня добробуту та політичної культури. Якщо подивитись на відмінності у сприйнятті космополітизму між європейськими країнами, то дослідження за-свідчило, що у більш заможних суспільствах він сприймається краще.

Все це, за словами Ф. Піхлера, «чітко показує, що розмаїття не означає однакові виклики для кожного, і тому особливого значення набуває «особисте залучення» (добровільний космополітизм)» [7, р. 1122]. Якщо цей висновок дещо суперечить теорії космополітизму, то наступний цілком узгоджується з позицією Дж. Деланті, який вважає, що «немає єдиної картини космополітизму, ... є різні форми космополітизму, які співіснують із національними, партикулярними та плюралістичними підходами» [7, р. 1123].

На особливу увагу заслуговує головний висновок Ф. Піхлера стосовно того, наскільки отримані емпіричні дані підтверджують тезу У. Бека про космополітизм як соціальну реальність в Європі. «Аби дійсно стати «реальним», – наголошує Ф. Піхлер, – беківське космополітичне бачення у своїх спробах пояснити сучасну Європу має максимально уважно розглянути течії спротиву космополітизації як на індивідуальному, так і на структурно-соцієтальному рівні» [7, р. 1123]. Зростання розмаїття та взаємопов'язаності автоматично не продукує космополітичну орієнтацію.

Слід зазначити, що останнім часом зростає кількість критиків концепції космополітизму, які вважають її непридатною до практичного застосування в рамках сучасного політичного проекту Європейського Союзу. Ці критики посилаються на те, що поняття теорії космополітизму є виключно нормативними та занадто абстрактними. Більш того, космополітизм розглядається як камуфляж, за яким інтереси конкретної нації видаються

за універсальні; аби прикрити таку імперіалістичну політику, цим інтересам надаються ознаки морального універсалізму [8, 9].

Таким чином, здійснений нами аналіз засвідчив, що в рамках академічного дискурсу активно конструюється космополітичний образ Європи та, відповідно, пропонується наднаціональна ціннісна основа для обґрунтування європейської ідентичності. Проте цей образ у різних концепціях космополітизму має суттєві відмінності. Так, у концепції У. Бека стверджується необхідність переходу до методологічного і банального космополітизму, висловлюється віра в реальність нової Європи як космополітичної імперії та пропозиції щодо її зміцнення. Більш помірковане бачення європейського космополітизму запропоновано в концепції Дж. Деланті. Для нього це лише один з мнотинних проектів, що сьогодні розвиваються в руслі космополітизму. Результати емпіричного дослідження Ф. Піхлера демонструють, що сьогодні космополітична ідентичність, всупереч оптимістичним оцінкам теоретиків, все ще не домінує в масовій свідомості європейців. Тому не дивно, що теорії космополітизму зіштовкуються з різкою критикою на адресу їхніх ключових положень та установок, а також із заявами про те, що космополітизм є лише прикриттям політики домінування «сильніших» націй, які порушують національні інтереси більш слабких держав. Завдяки цьому яскравий образ Європи як космополітичного проекту не тільки активно дискутується в рамках академічного дискурсу, а й актуалізується в рамках дискурсів медіа, політики і повсякдення та представляю собою ще одну модель дискурсивного конструювання сучасної європейської ідентичності.

Література

1. Archibugi D. The Global Commonwealth of Citizens: Towards Cosmopolitan Democracy / D. Archibugi. – Oxford: Princeton University Press, 2008. – 320 p.
2. Delanty G. Cosmopolitan Perspectives on European and Asian Transnationalism / G. Delanty, B. He // International Sociology – 2008. – Vol. 23. – No 3. – P. 323-344.
3. Beck U. Redefining the Sociological Project: The Cosmopolitan Challenge / U. Beck // Sociology – 2012. – Vol. 46, – No 1. – P. 7-12.
4. Beck U. Cosmopolitanism: Europe's Way Out of Crisis / U. Beck, E. Grande // European Journal of Social Theory – 2007. – Vol. 10. – No 1. – P. 67-85.
5. Delanty G. The Cosmopolitan Imagination: Critical Cosmopolitanism and Social Theory / G. Delanty // British Journal of Sociology – 2006. – Vol. 57. – No 1. – P. 25-47.
6. Delanty G. Rethinking Europe: Social Theory And The Implications Of Europeanization / G. Delanty, Ch. Rumford. – London, New York : Routledge, 2005. – 244p.
7. Pichler F. How Real is Cosmopolitanism in Europe? / F. Pichler // Sociology – 2008. – Vol. 42. – No 6. – P. 1107– 1126.
8. Fossum J. Review essay: A cosmopolitan constellation? / J. Fossum // European Journal of Social Theory – 2011. – Vol. 14. – No 2 – P. 235-248.
9. Fine R. Introduction Cosmopolitanism: Between Past and Future / R. Fine, V. Boon // European Journal of Social Theory – 2007. – Vol. 10. – No 1. – P. 5-16.

Олена Шинкаренко*кандидат соціологічних наук, викладач кафедри соціології Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького***Olena Shinkarenko***Ph.D. in Sociology, Lecturer at Department of Sociology, Meliopol State Pedagogical University named after Bogdan Khmelnytsky*

ІНТЕГРОВАНІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ЕЛЕКТОРАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ

У статті розглянута важлива проблема електорального маркетингу, пов'язана із використанням маркетингових комунікацій в процесі його реалізації. Аналізуються дві основні групи маркетингових комунікацій: перша група – це комунікації, що адаптовані до політичного і електорального маркетингу із маркетингу комерційного (політичний піар, політична реклама та BTL); другу групу складають специфічні комунікаційні технології, що використовуються в електоральному маркетингу: маркетинг подій, менеджмент новин, директ-маркетинг та директ-мейл, телемаркетинг, телефонний маркетинг, інтернет та інші. Акцентується на необхідності комплексного використання зазначених маркетингових комунікацій у рамках інтегрованих маркетингових комунікацій.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, політичний піар, політична реклама, BTL, маркетинг подій, менеджмент новин.

The article considers the important problem of electoral marketing associated with the use of marketing communications in its implementation process. Two main groups of marketing communications are analysed: the first group are those communications that are adapted to the political and electoral marketing from the commercial marketing (political PR, political advertising, BTL); the second group are specific communication techniques, which are used in electoral marketing: event marketing, management news, direct marketing, direct mail, telemarketing, telephone marketing, internet and etc. Attention is focused on the necessity of complex use of these integrated marketing communications in the framework of integrated marketing communications.

Keywords: integrated marketing communications, political PR, political advertising, BTL, marketing events, management news.

В статье рассмотрена важная проблема электорального маркетинга, связанная с использованием маркетинговых коммуникаций в процессе его реализации. Анализируются две основные группы маркетинговых коммуникаций: первая группа – это коммуникации, которые адаптированы к политическому и электоральному маркетингу из маркетинга коммерческого (политический пиар, политическая реклама, BTL); вторую группу составляют специфические коммуникативные технологии, которые используются в электоральном маркетинге: маркетинг событий, менеджмент новостей, директ - маркетинг и директ-мейл, телемаркетинг, телефонный маркетинг, интернет и др. Акцентируется внимание на необходимости комплексного использования перечисленных маркетинговых коммуникаций в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, политический пиар, политическая реклама, BTL, маркетинг событий, менеджмент новостей.

Одним з найважливіших «технологічних» елементів електорального маркетингу виступають маркетингові комунікації, які Жан-Жак Ламбен визначав як сукупність сигналів, що виходять від суб'єкту (виробника) на адресу різноманітних аудиторій, у тому числі клієнтів, споживачів, постачальників, акціонерів, органів управління та ін., а також власного персоналу [1, с. 498].

Зазначимо, що сукупність суб'єктів, осіб та організацій, які створюють та просувають потік комунікаційних відомостей та звернень до різноманітних ринків, називають каналами просування або каналами комунікацій. Саме ці канали у відповідності із прийнятими стратегіями просування продукту або послуги створюють комунікаційні повідомлення, визначають їхню форму та зміст, відбирають інформаційні джерела (ЗМІ та інші), які й доводять відповідну інформацію до цільового ринку.

Власне, проблема, яка постає перед дослідником маркетингових комунікацій в електоральному маркетингу (одному із різновидів маркетингу соціального та політичного), полягає у такому. З одного боку, добре відомо, що, коли йдеться про класичний маркетинг, то в якості подібних маркетингових комунікацій виступають: реклама, піар та засоби безпосереднього стимулювання збуту. З іншого – у політичному та електоральному маркетингу немає чіткого підходу до виділення таких каналів. Найчастіше йдеться про політичну рекламу та політичний піар. Що ж до стимулювання збуту, то чіткої позиції практично не існує, оскільки «класичні» технології збуту (а саме: цінові маніпуляції; такі натуральні заохочення, як дегустація продукції; ігрові форми, наприклад конкурси на місцях продажу, лотереї, мерчандайзинг) у таких різновидах маркетингу практично не використовуються. У той же час обмежитися лише політичними піаром і рекламою у цьому випадку неможливо. З огляду на це, виникає проблема уточнення сутності та структури маркетингових комунікацій у контексті електорального маркетингу.

Метою цієї статті є визначення сутності та структури інтегрованих маркетингових комунікацій, що використовуються в процесах реалізації електорального маркетингу, проведення виборчих кампаній.

До 20-х років ХХ сторіччя, тобто до безпосереднього виникнення концепції маркетингу, всі процеси просування інформації та її впливу на економічні, політичні, культурні та інші процеси фокусувалися в єдиному всеосяжному понятті «реклама». Але пізніше, із виникненням теорії маркетингу, почали активно використовуватися такі поняття, як «пряма реклама», «сейлс промоушн», «па-

блік рилейшнз», «директ маркетинг» та інші. Феномени, що позначаються цими поняттями, як зауважує Б. Л. Борисов, здобули назву комплексу «маркетингових комунікаційних технологій» [2, с. 83].

При цьому у різних видах маркетингу використовуються різні комунікаційні технології. Наприклад, як відзначають С. А. Андреев та Л. М. Мельниченко, у процесі проведення виборчих кампаній можуть застосовуватися такі специфічні канали комунікації, як спеціальні пакети рекламних та агітаційних матеріалів для регіональних виборчих дільниць; фірмова сувенірна продукція ЦВК; офіційні звіти ЦВК, що публікуються в пресі, та ін. Коли ж мова йде про просування політичної партії у передвиборчий період, то можуть бути використаними конкурси та лотереї у містах зустрічі із виборцями; запрошення зірок шоу-бізнесу для проведення концертів; теле- та радіодебати; електронна пошта партії та її лідера і таке інше [3, с. 205-208]. Зрозуміло, що зазначені автори назвали лише незначну частку тих каналів комунікації, що використовуються в електоральному маркетингу.

Перш ніж перейти до аналізу усього комплексу засобів та каналів маркетингової комунікації, що використовуються в електоральному маркетингу, визначимо їхні основні цілі та завдання. Серед них:

- зробити «електоральний продукт» (тобто відомості про кандидата, партію, їхні програми) найбільш привабливим для потенційного виборця;
- донести до відома електорального ринку позицію, на яку претендує суб'єкт електорального процесу;
- створити в процесі пропонування певну (бажано оригінальну) форму електорального продукту (матеріальну або ідеальну), зокрема ідеї, концепції, програми тощо;
- донести необхідну для реалізації маркетингових завдань інформацію до різних груп її «споживачів», враховуючи ті відмінності, які їх відрізняють.

Розглядаючи цілі комунікації, що їх реалізують організації, партії та кандидати, які потребують підтримки на виборах, англійський дослідник Д. Ліллекер зауважує, що такі цілі можуть бути різними в залежності від обставин. Якби представники якоїсь групи або людини, що бере участь у виборах, могли б поділити людей на певні групи та поспілкуватися окремо із кожною з них, політична комунікація на виборах була б дуже простою. Але виступ кандидата у Президенти будь-якої країни звернений до усіх і кожного. Таким чином, ця частина комунікації повинна виконувати декілька завдань: встановити контакт кандидата з більшістю виборців; не акцентувати на

відмінностях між соціальними групами; показати, що «не забута жодна група», що кандидат не віддалився від народу. Це не може бути цинічною пропагандою, оскільки у ХХІ сторіччі в більшості демократичних країн виборця не так просто обманути [4, с. 25].

Перейдемо до аналізу тих маркетингових комунікацій, що використовуються в електоральному маркетингу. Треба зауважити, що, на відміну від спрощеного підходу до їхньої структури (піар, реклама, стимулювання збуту), реально подібний «інструментарій» впливу на електоральний (взагалі – політичний) ринок є більш складним та різноманітним. Саме тому у контексті політмаркетингових комунікацій, що спрямовані на організацію ефективного дискурсу в інтересах комунікатора, застосовується принцип взаємодії усіх елементів комунікації. Американська асоціація рекламних агенцій так визначає інтегровані маркетингові комунікації: «Концепція планування маркетингових комунікацій акцентує на необхідності детального плану, в якому оцінюються стратегічні ролі різних комунікативних дисциплін: загальної реклами, прямого маркетингу, стимулювання продажів та зв'язків із громадськістю та комбінацій цих дисциплін для того, щоб забезпечити якість, послідовність та максимальний комунікативний вплив на споживача» (цит. за: [5, с. 325]).

Характеризуючи структуру політичного, зокрема електорального, маркетингу з точки зору їхнього розгляду як елементів інтегрованих маркетингових комунікацій, треба виділити два блоки таких елементів:

1) адаптовані до політичного ринку комунікаційні техніки комерційного маркетингу, об'єднані концепцією інтегрованих маркетингових комунікацій;

2) специфічні технології просування (такі, як менеджмент новин, спінування та інші).

Навряд чи є сенс детально розглядати проблеми політичного піару та політичної реклами як найважливіших маркетингових комунікацій у політичному та електоральному маркетингу, оскільки з цієї проблеми опубліковано багато праць. Тому ми схарактеризуємо ці два елементи маркетингових комунікацій досить стисло, визначимо основні заходи піар- та рекламної маркетингової комунікації. Серед перших зазначимо такі, як електоральні, політичні піар-кампанії; політичний брендинг, робота з брендами партій; робота над іміджем політика; розробка фірмового стилю, логотипів, символіки партій, кандидатів; прес-конференції, брифінги, презентації; благодійні акції; урочисті події, свята; телевізійні політичні шоу, теле- та радіодєбати; лобювання інтересів громад, організацій в органах державної влади та інше.

Серед заходів політичної реклами назвемо такі, як підготовка різноманітної рекламної продукції; медіапланування з метою визначення найбільш ефективних підходів до розміщення реклами; організація телевізійних, радіо, пресових рекламних передач, статей; організація щитової реклами, реклами на електронних носіях, табло; виготовлення та розповсюдження рекламних матеріалів: листівок, плакатів та ін.; відкриття та використання сайтів в Інтернеті тощо.

Зазначимо, що в умовах реалізації електорального та політичного маркетингу, як і маркетингу соціального, публік рилейшнз, зв'язки з громадськістю, тобто система засобів, методів, технологій просування на електоральному ринку іміджів організацій, політичних лідерів, брендів політичних партій, виходять на перше місце, випереджаючи рекламу. Як зауважує Д. І. Акімов, у випадках із соціальним маркетингом (а маркетинг електоральний, безумовно, є його різновидом) пряма і навіть іміджева реклама спрацьовує недостатньо ефективно. Так, у процесі реалізації реклами важко створити якісь соціальні або політичні бренди, які можуть бути покладені в основу соціального маркетингу [6, с. 131-132].

Зауважимо, що, досліджуючи політичну рекламу, ми виходимо з такого визначення: «Реклама – це система політичних комунікацій, що покликані змінити свідомість та поведінку людей у відповідності із політичними цілями рекламодавця – політичних партій, лідерів» [7, с. 122].

Сутність та функції політичної (у тому числі електоральної) реклами цілком очевидні. Підкреслимо її відмінності від політичного піару, адже політична реклама та політичний піар є часто-густо важко розпізнаваними. Більше того, деякі їхні функції, методи, технології є подібними. Закцентуємо увагу на двох відмінностях політичного піару та політичної реклами (хоча їх значно більше).

По-перше, політичний (також електоральний) піар є рекламою, так би мовити, «відкладеного споживання». Тобто якщо мова йде про електоральні процеси, реклама спрямована на пряму безпосередню агітацію та пропаганду партій, їхніх програм і таке інше. Тоді як у процесі політичного піару розробляються бренди політичних партій, створюється та «розкручується» імідж політика, передумови для їхнього закріплення у свідомості громадян.

По-друге, на відміну від будь-якої реклами, будь-який піар креативен. Інколи кажуть про креативність реклами. Але це не відповідає дійсності. Реклама не може за своєю суттю бути оригінальною. Якщо рекламується той чи інший політик, його програма, то рекламодавець або політтехнолог вимушений чіт-

ко та вичерпно перерахувати усі притаманні йому якості та його обіцянки виборцям. Інакше останні не будуть знати, чого від політика, кандидата у депутати чекати. У той же час у процесі реалізації піару можна виконувати креативні завдання, наприклад позиціонувати певного політика як доволі специфічну особистість, що відповідає тим чи іншим сподіванням виборців.

Таким чином, політичний піар та політична реклама, виступаючи в якості маркетингових комунікацій, надають можливість для просування на політичному ринку.

Додаткові, не менш важливі та значущі можливості забезпечує використання ще однієї запозиченої з класичного маркетингу комунікації, а саме так званих BTL.

BTL як маркетингова комунікація пов'язана із діяльністю безпосередньо ринковою. Вище ми вже згадували, що у випадку із класичним маркетингом мова йде про заходи зі стимулювання та просування збуту товарів та послуг, що використовуються безпосередньо у місцях продажу. Зрозуміло, що, коли йдеться про електоральний маркетинг, то партії, кандидати, політтехнологи також здійснюють низку заходів безпосередньо серед населення на виборчих дільницях, мітингах, зустрічах кандидатів з електоратом та інше.

Сьогодні для визначення подібних заходів найчастіш використовується не поняття «стимулювання збуту», а термін «BTL», який у цьому випадку є більш адекватним. Його виникнення пов'язано з однією із маркетингових легенд. Один із менеджерів, визначивши та схарактеризувавши низку заходів з піару і реклами, які необхідно було реалізувати для просування продукту, підкреслив їх, а потім «згадав», що зовсім не врахував ті з подібних заходів, що торкаються так званих «польових технологій». Він провів лінію та вже під нею навів відповідні технології. Звідси (від англійського below the line – під лінією) і виникло BTL, яке, безумовно, більш коректно, ніж «засоби стимулювання збуту», віддзеркалює сутність тих заходів та технологій, що використовуються в процесі безпосередньої організації виборчих кампаній. Серед конкретних заходів BTL, тобто роботи із виборцями безпосередньо у місцях, де йде підготовка та здійснюється проведення виборів, можна назвати такі, як відкриття та організація роботи громадських приймалень; зустрічі кандидатів із виборцями; організація мітингів, демонстрацій, маніфестацій; організація та робота виборчих пікетів; розповсюдження фірмової сувенірної продукції: футболки, бейсболки, значків, целофанових пакетів та ін.; збирання підписів (із різною метою); агітація «від дверей до дверей»; запрошення зірок шоу-біз-

несу (та організація концертів), спортсменів, інших відомих людей; організація конкурсів та лотерей; проведення опитувань та екзит-полів безпосередньо на виборчих дільницях; контроль голосування на виборчих дільницях тощо.

Аналізуючи проблему інтегрованих маркетингових комунікацій, потрібно розглянути також деякі інші маркетингові комунікації, які є специфічними та вже використовуються у політичному і електоральному маркетингу, проте науковий аналіз їхньої сутності та ефективності практично не проводився. До таких маркетингових комунікацій можна віднести:

- маркетинг подій;
- менеджмент новин;
- директ-маркетинг та директ-мейл;
- телемаркетинг;
- телефонний маркетинг;
- Інтернет та деякі інші.

Маркетинг подій почав використовуватися в якості маркетингової комунікації в останні роки. Одна з причин цього – низька довіра споживачів до реклами, яка реалізується через засоби масової інформації (телебачення, радіо, пресу). Крім того, у цьому випадку (тобто при використанні ЗМІ) дуже важко виділити цільові аудиторії з метою ефективного маркетингового впливу на них. Тому й виникла ідея організації невідкладної трансляції, тобто впливу на кінцевого споживача маркетингової інформації «напросто», минаючи посередництво ЗМІ та інших традиційних рекламоносіїв.

Маркетинг подій – це система комунікаційних заходів, спрямованих на те, щоб «пов'язати» організацію або партію з якимись соціальними або політичними явищами чи подіями [8, с. 262]. Так, деякі політичні партії в Україні «присвячують» свої агітаційні та виборчі заходи до певних свят. Наприклад, українські комуністи – до річниці Жовтневої революції або святкування Першого травня. Більш того, і деякі свята «призначаються» на святкові дні, навіть релігійні (як, наприклад, День захисника України – на 14 жовтня, тобто на свято Покрова Божої Матері).

Таку маркетингову комунікацію, як менеджмент новин, спочатку відносили до засобів PR-технологій. Пізніше, враховуючи його значення для взаємовідносин комунікаторів та реципієнтів у політичних та електоральних процесах, менеджмент новин виділився в самостійну маркетингову комунікацію як технологію стратегічної комунікації, яка заснована на дослідженнях ринку. Останнє допомагає суб'єкту маркетингу досягнути своїх цілей, звертаючись до цільової аудиторії. Менеджмент новин є логічним наслідком нового, сфокусованого на медіавідносинах підходу

до прийняття політичних рішень та ведення електоральних кампаній. Йдеться, в першу чергу, про підвищення ролі медійних акторів як самостійних гравців на політичному ринку.

Директ-маркетинг – це технологія, спрямована на реалізацію будь-яких рекламних та інших звернень, основне завдання яких полягає в одержанні реакції у вигляді запиту на додаткову інформацію з метою комунікації і подальшого придбання товарів та послуг [9, с. 282]. Тобто йдеться про встановлення специфічного маркетингового зворотного зв'язку з потенційним споживачем.

Деякі інші специфічні маркетингові комунікації, які згадувалися вище, дуже часто розглядаються як різновиди директ-маркетингу. Так, директ-мейл – це адресне або безадресне поштове розсилання рекламних звернень, спрямоване на привертання уваги потенційних споживачів. Телемаркетинг – це рекламування товарів та послуг у спеціальних телевізійних передачах, під час яких глядач може звернутися до телестудії та здобути послугу або відповідь (в Україні є низка телевізійних політичних шоу, які особливо активізуються у передвиборчий період та дозволяють здійснювати реальну маркетингову комунікацію партії чи кандидата із аудиторією). Що ж до ролі Інтернету як маркетингової комунікації, то вона настільки значна, що потребує спеціального дослідження і тому у цій статті не розглядається.

Підбиваючи підсумки викладеного вище, підкреслимо, що треба цілком погодитися із І. Л. Недяк у тому, що інтегровані маркетингові комунікації (до яких входять як кла-

сичні, що адаптовані до політичного ринку з комерційного маркетингу, так і спеціальні) стали визнаною філософією маркетингу, яка підкреслює необхідність об'єднання воедино усіх складових маркетингової структури, усіх засобів масової інформації, усіх дій, використання яких дозволяє тій чи іншій компанії бути «почутою» своєю аудиторією [10, с. 326].

Ми вважаємо, що маркетингові комунікації в електоральному маркетингу є найважливішими технологіями, які за допомогою різних засобів та каналів доведення різноманітної інформації до споживачів, зокрема виборців, забезпечують просування на політичному ринку політичного продукту, у першу чергу брендів політичних партій, іміджів кандидатів, що беруть участь у виборах, тощо. Серед цих технологій велике значення мають, з одного боку, ті, що були адаптованими до політичного, зокрема електорального, маркетингу із маркетингу комерційного (політичний піар, політична реклама, ВТІ), з іншого – такі специфічні маркетингові комунікації, як маркетинг подій, менеджмент новин, директ-маркетинг та деякі інші. У своїй сукупності подібні комунікації виконують комплекс завдань, які визначаються сучасною концепцією інтегрованих маркетингових комунікацій, що об'єднує усі складові маркетингової інформаційної структури, завдяки чому актуалізується реалізація завдань політичного, у тому числі електорального, маркетингу.

Література

1. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: пер. с фр. / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
2. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие / Б. Л. Борисов. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
3. Андреев С. А. Основы некоммерческого маркетинга / С. А. Андреев, Л. Н. Мельниченко. – М. : Прогресс – Традиция, 2000. – 256 с.
4. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты: пер. с англ. / Д. Лиллекер. – Х. : Гуманитарный центр, 2010. – 300 с.
5. Недяк И. Л. Политический маркетинг: Основы теории / И. Л. Недяк. – М. : Весь Мир, 2008. – 352 с.
6. Акимов Д. И. Социальный маркетинг и социальная сфера общества: монография / Д. И. Акимов. – Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2010. – 312 с.
7. Ольшанский Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
8. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR / М. В. Гундарин. – СПб.: Питер, 2006. – 368 с.
9. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб, 3-є вид. / В. А. Полторак, І. В. Тараненко, О. Ю. Кравецька. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 342 с.

Анастасія Битко

аспірантка кафедри соціології Запорізького національного університету

Anastasiia Bytko

PhD student at Sociology Department,
Zaporizhzhya National University

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

У статті визначаються можливості застосування основних підходів до вивчення дискурсу, які активно використовуються в соціологічній традиції, для аналізу політичної сфери суспільства, зокрема політичного дискурсу. Розглядаються концепції М. Фуко, Е. Лакло і Ш. Муфф, Т. А. ван Дейка, в межах яких дискурс аналізується як складний соціолінгвістичний феномен, що значною мірою детермінується соціокультурними чинниками і впливає на формування смислових структур. Підкреслюється спільне та відмінне у філософських передумовах і методологічних засадах французького структуралістського дискурс-аналізу, критичної лінгвістики, соціальної семіотики, соціокогнітивного аналізу та інших підходів до вивчення дискурсу. Акцентується увага на таких питаннях, що розглядаються в межах цих підходів, як суб'єкт дискурсу, структури, що впливають на нього; відносини між дискурсом та соціальним і культурним розвитком, який характерний для різних сфер суспільного життя.

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, знак, текст, контекст.

The article is devoted to the possibility of using basic multi-disciplinary approaches to the study of discourse, which are widely used in sociological tradition, for the analysis of the political sphere of society. The concepts of M. Foucault, E. Laclau and Sh. Mouffe, and T. A van Dijk, in which discourse is defined as a complex sociolinguistic phenomenon, which is largely determined by socio-cultural factors and influences the formation of semantic structures are considered. The common and different in philosophical assumptions and methodological foundations of the French structuralist discourse analysis, critical linguistics, social semiotics, socio-cognitive analysis, and other approaches to the study of discourse are emphasized. Attention is focused on such matters dealt within the framework of these approaches, as the subject of discourse, structure that influences it, the relationship between discourse and social and cultural development specific to the different spheres of public life.

Keywords: discourse, political discourse, sign, text, context.

В статье раскрываются возможности использования основных подходов к изучению дискурса, которые активно используются в социологической традиции, для анализа политической сферы общества, в частности политического дискурса. Рассматриваются концепции М. Фуко, Э. Лакло и Ш. Муфф, Т. А. ван Дейка, в рамках которых дискурс определяется как сложный социолингвистический феномен, который в значительной мере детерминирован социокультурными факторами и влияет на формирование смысловых структур. Подчеркивается общее и отличное в философских предпосылках и методологических основах французского структуралистского дискурс-анализа, критической лингвистики, социальной семиотики, социокогнитивного анализа и других подходов к изучению дискурса. Акцентируется внимание на таких вопросах, рассматриваемых в рамках этих подходов, как субъект дискурса, структуры, оказывающие на него влияние, отношения между дискурсом и социальным и культурным развитием, характерным для различных сфер общественной жизни.

Ключевые слова: дискурс, политический дискурс, знак, текст, контекст.

Дискурс – це складний феномен, вивчення якого пройшло багато стадій: від розгляду його, виключно, як рівня мови до включення оціночної інформації, особистісних характеристик комунікантів, соціокультурної ситуації. Поняття, що позначає цей феномен, характеризується високим ступенем невизначеності і теоретичної дискусійності, що зумовлено його одночасною приналежністю до лінгвістики, філософії, соціології та інших галузей гуманітарного знання. Міждисциплінарний характер цього поняття, у свою чергу, зумовлює його використання при характеристиці різноманітних сфер суспільного життя, в тому числі політичної. Актуальність дослідження політичного дискурсу в контексті життєдіяльності сучасного українського суспільства не викликає сумнівів. Адже саме цей дискурс багато в чому визначає політико-ідеологічні преференції тих чи інших груп населення нашої країни, їхню політичну участь, у тому числі протестну активність, у кінцевому рахунку, політичну ситуацію в Україні. Водночас політичний дискурс є показником зазначених вище феноменів.

Метою цієї статті є визначення можливості використання засадничих положень загальної теорії дискурсу в межах соціологічного вивчення специфіки політичного дискурсу.

Реалізуючи цю мету, перш за все зазначимо, що до наукового дослідження дискурсу зверталися в різні часи і в рамках різних підходів. Дискурс як семіотична система, яка здатна одночасно як конструювати соціальний світ, так і бути їм зумовленою, розглядається такими представниками критичного дискурс-аналізу, як Т. А. ван Дейк та Н. Феркло. Акцент на комунікативних характеристиках дискурсу здійснюється в роботах Ю. Хабермаса. Дослідженням основних теорій дискурсу займаються такі вчені, як В. Карасик, І. Касавін, М. Макаров, В. Йоргенсен і Дж. Філіпс, Я. Торфінг та ін. До аналізу офіційного політичного дискурсу звертається у своїх працях А. Литовченко; дослідженню жанрових форм політичного дискурсу присвячені роботи К. Серажим; на семіотиці політичного дискурсу акцентує увагу О. Шейгал.

Зазначимо, що у соціогуманітарних науках поняття «дискурс» і «дискурс-аналіз» розглядаються в тісному взаємозв'язку з такими поняттями, як «мовлення», «мова» і «текст». Вперше вони були введені в 50-х роках минулого століття такими лінгвістами, як З. Харріс і Е. Бенвеніст [1]. У своїй статті «Discourse analysis», опублікованій у 1952 році, З. Харріс звернувся до цього терміну при вивченні рекламних повідомлень [2]. Е. Бенвеніст протиставляв у своїх роботах «discourse» і «r cit»

за критерієм прив'язаності мови до мовця [3].

Розвиваючи ідеї Е. Бенвеніста, М. Фуко пропонує своє бачення цілей і завдань використання цього терміну. Дискурс, згідно з ідеями М. Фуко, не є звичайним переплетінням слів, доступним органам сприйняття. Це «тонка контактуюча поверхня, яка зближує мову і реальність, змішує лексику і досвід» [4, с. 39]. З цього випливає, що, за М. Фуко, дискурс не може бути зведеним до рівня мовлення або мови. Для М. Фуко дискурс – це «сукупність висловлювань, що належать до однієї і тієї ж системи формації» [4, с. 110]. Відповіді на питання, «відповідно до яких правил може бути сконструйовано це висловлювання і, отже, відповідно до яких правил можуть відбутися такі висловлювання, ... чому такі висловлювання виникають саме тут, а не деінде», дозволяють нам описати дискурсивні події [4, с. 27]. Суть аналізу дискурсу полягає у виявленні того контексту, в якому розгортаються дискурсивні події, описі всього різноманіття відносин, які складаються в ньому і поза ним. Виключаючи контекст, ми маємо справу з фразою, яку можна аналізувати тільки з точки зору лінгвістики, розбираючи її граматичну структуру. Науковий аналіз політичного дискурсу передбачає фіксацію всієї специфіки контексту, в якому він розгортається: історичних, географічних, культурних тощо умов. Врахування контексту висловлювань має особливе значення під час виборчих кампаній, коли певні політичні сили прагнуть «сформулювати» істину в межах конкретного дискурсу.

Певні ідеї і теорії приймаються в суспільстві і розглядаються як правильні не апріорі, а внаслідок множинного повторення і відтворення дискурсивних практик, які спрямовані на встановлення і збереження певної системи відносин [4, с. 107]. У політичній сфері зміна дискурсивної структури найчастіше супроводжується кардинальними змінами, які можуть бути пов'язані з соціальними трансформаціями та змінами в соціальних інститутах. Грунтуючись на ідеях М. Фуко, ми можемо припустити, що дискурс нерозривно пов'язаний з відтворенням усталеного порядку, а отже, з владою. «Переможці» і «переможені» актори стають конструкторами домінуючого дискурсу в політичній сфері.

На відміну від підходу М. Фуко, в концепції дискурсу Е. Лакло і Ш. Муфф усі практики виступають виключно дискурсивними. У повсякденній практиці і відбувається створення, підтримка і зміна вже існуючих дискурсів. Артикуляції, практики встановлення відносин між елементами, сприяють формуванню області соціального, павутиння, в яко-

му створюються значення, які надають сенс реальності [5, с. 106]. Одна і та ж подія при необхідному трактуванні може сприйматися як кара або нагорода, особиста невдача або недосконалість державної соціальної політики.

У концепціях Е. Лакло, Ш. Муфф і М. Фуко простежується ідея про наявність у кожній сфері певних ключових термінів, значення і трактування яких може істотно змінюватися в залежності від соціального контексту. За допомогою надання конкретного значення вузловим точкам, згідно з концепцією Е. Лакло і Ш. Муфф, дискурс формує соціальний світ. Вузлові точки – це привілейовані знаки, навколо яких упорядковуються і набувають свого значення інші знаки [5, с. 105]. Якщо ми говоримо про політичний дискурс, то такими точками можуть бути такі поняття, як «демократія», «влада», «опозиція».

Дискурс не характеризується тривалою замкнутістю або, тим більше, завершеністю. Змінюваність мови призводить до того, що ми не можемо говорити про однозначне фіксоване значення понять [6, с. 56]. Відбувається постійна боротьба дискурсів, боротьба за можливість наділити своїм значенням вузлові точки, знаки, які перебувають у полі боротьби між конкуруючими дискурсами. Згідно з концепцією Е. Лакло і Ш. Муфф, одночасно, але в різних позиціях, знаходяться домінуючий і осадовий дискурси [6, с. 72]. Основною характеристикою осадового дискурсу є його здатність у будь-який час у певній точці біфуркації вступити в політичну гру і бути переглянутим у нових артикуляціях. Постійний процес «оживлення» осадового дискурсу, переведення його в ранг домінуючого є особливо характерним для політичної сфери. Так, в умовах сучасної України представники тих чи інших політичних партій намагаються актуалізувати той політичний дискурс, який вже залишився в минулому, шляхом акцентування уваги на найбільш позитивних або ж негативних його аспектах.

Метою дискурсу стає формування тимчасової закритості, яка б дала можливість узяти гору при формуванні загальної картини соціальної дійсності. Адже саме авторитет, який досягається дискурсивно, виступає головною інстанцією щодо визначення реальності, усунення суперечливих питань у визначенні істинності чи хибності презентації тих чи інших подій.

Використовуючи цей підхід при аналізі політичного дискурсу, необхідно розглядати роль суб'єкта дискурсу. Суб'єкт, відповідно до Е. Лакло і Ш. Муфф, концепції, не виступає автономною одиницею. Суб'єктивна позиція є детермінованою конкретним дис-

курсом. Велика кількість дискурсів зумовлює фрагментарність суб'єкта. Суб'єкт має одночасно безліч позицій в різних дискурсах, він наддетермінований [6, с. 115]. Під час передвиборчих перегонів наочно простежується використання наддетермінованості людини, коли конкуруючі дискурси (дискурс влади і дискурс опозиції), які прагнуть одночасно організувати один і той же політичний простір, впливають на людську свідомість, актуалізуючи одну із соціальних ролей суб'єкта, значимість якої визначається як найвища.

Якщо в концепції дискурсу М. Фуко акцент робиться на важливості структур, які впливають на індивіда, то в концепції, яка буде проаналізована нижче, ми бачимо більш активне позиціонування суб'єкта, завдяки чому дискурс не тільки зумовлює реальність, але й використовується як ресурс для створення суб'єктом нових значень. Йдеться про критичний дискурс-аналіз, завдяки якому досліджуються відносини між дискурсом та соціальним і культурним розвитком, який характерний для різних суспільних сфер.

Зміст цього підходу важко визначити достатньо чітко, внаслідок чого до нього можна віднести різні наукові напрямки, які відрізняються у своїх філософських передумовах і методологічних основах аналізу: французький структуралістський дискурс-аналіз, критична лінгвістика, соціальна семіотика, соціокогнітивний аналіз. Проте виділяють деякі ключові елементи, характерні для більшості теорій цього підходу. На відміну від теорії дискурсу Е. Лакло і Ш. Муфф, представники критичного дискурс-аналізу, швидше, стають на бік М. Фуко, відстоюючи ідею про те, що не всі практики носять дискурсивний характер. Дискурс впливає на створення і сприйняття соціальних практик, які роблять внесок у конструювання соціальної картини світу, формування соціальних ідентичностей і відносин. Самі дискурсивні практики, в тому числі і політичні, схильні до впливу сил недискурсивного характеру, наприклад структури політичної системи. Основним напрямом критичного дискурс-аналізу виступає аналіз питань нерівного розподілу влади між соціальними групами, гендерних відносин, прав етнічних меншин тощо. Поняття ідеології в даному підході розглядається як теоретичне міркування про способи і сили підпорядкування одних соціальних груп іншим.

У межах даної статті критичний дискурс-аналіз буде представлений на прикладі концепції Т. А. ван Дейка, в рамках якої дискурс розглядається в нерозривній єдності з соціальним контекстом його існування. Перші роботи Т. А. ван Дейка зазнали значного впливу

французьких структуралістів і були спрямовані на дослідження поетики і семантичних аспектів літературної мови. Однак після виходу роботи «Стратегії сприйняття дискурсу» почався новий етап у науковій діяльності Т. А. ван Дейка – міждисциплінарний. При аналізі питань мови автор став приділяти велику увагу різноманітним соціальним факторам. Таким чином, у поле його зору потрапляють питання, які мають чималу соціальну і політичну значимість – питання етнічних упереджень і мови ЗМІ, способів реалізації ідеологічно упереджених точок зору через мову тощо.

У критичному дискурс-аналізі, як і в концепції М. Фуко, дискурс, крім сукупності письмових текстів і розмовної усної мови, включає ще й візуальні образи. Таким чином, у дослідженні дискурсу враховуються особливості візуальної семіотики, взаємозв'язку мови і образу. Т. А. ван Дейк розглядає дискурс як складне комунікативне явище, яке включає, крім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, установки, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту.

У своїй концепції Т. А. ван Дейк вводить поняття «модель ситуації», яке він розуміє як «особистісні знання носіїв мови, що акумулюють їхній попередній індивідуальний досвід, установки і наміри, почуття і емоції» [8, с. 8]. Мова йде про те, що ми можемо сприйняти належним чином той чи інший текст за умови включеності в ситуацію. Цей факт зумовлює можливість людей «очікувано» реагувати на отримані фрагменти повідомлення за умови, що вони здатні відновити у свідомості всю ситуаційну модель.

Ситуаційна модель, яку описує Т. А. ван Дейк, підходить і для аналізу політичного дискурсу. Логічна побудова політичного дискурсу та його аналіз багато в чому ґрунтується на ситуаційній моделі. Прикладом такої моделі в політичному дискурсі може бути виборча кампанія. Усвідомити логіку передвиборчих повідомлень, які постають не тільки у вигляді тексту, живої мови, але й в якості образів, які мотивують людей до здійснення тієї чи іншої дії, від якої залежить майбутнє політичних лідерів, ми зможемо, тільки ретельно вивчивши соціальний контекст. Т. А. ван Дейк акцентує увагу на тому, що для аналізу мовного акта контекст мовної ситуації повинен містити три основних види інформації: інформацію загально-го характеру (пам'ять, фрейми); кінцевий інформаційний стан, що фіксує безпосередньо попередні події і мовні акти; глобальну інформацію про всі попередні взаємодії, про їхні

структури і процеси [8, с. 21]. Мовна ситуація структурована і має ієрархічний характер. Так, для побудови політичного передвиборчого дискурсу першочерговим є розуміння загальної регіональної специфіки місцевості, а також детальне усвідомлення цільової аудиторії, яка буде адресатом повідомлень.

Особливу роль відіграють темпоральні характеристики дискурсу. Комунікація має відношення до дій, які вже відбулися або будуть здійснені [8, с. 35-37]. Комунікативна ситуація найчастіше представляє собою планування, контроль або оцінку інформації. Таким чином, мовні акти, які сприймаються, обов'язково будуть конструюватися на основі розуміння того, що можливо, допустимо чи необхідно в реальному світі. Використання білбордів із закликком прийти на вибори і проголосувати за певного кандидата не під час передвиборчої кампанії не буде сприйняте, тому що не буде врахований часовий чинник. Зовсім інакше будуть сприйняті політичні повідомлення після офіційного початку перевиборчих перегонів.

Підводячи підсумки, зазначимо, що у представлених вище концепціях специфіка аналізу дискурсу зумовлена загальною спрямованістю наукових поглядів авторів (питання гендерних відносин, прав етнічних меншин, гегемонії влади тощо). Проте ми можемо констатувати, що в даних концепціях, які носять міждисциплінарний характер, значний акцент робиться на тому, що дискурс можна розглядати і аналізувати, тільки беручи до уваги соціокультурні, історичні, темпоральні характеристики ситуації. Саме ця особливість і дозволяє досліджувати політичний дискурс з точки зору не тільки лінгвістики, а й соціології.

Незважаючи на суттєві відмінності даних концепцій, їхній аналіз дозволяє нам виділити такі значущі елементи, на які необхідно звернути увагу при характеристиці політичного дискурсу. Перш за все, це контекст або соціальна ситуація, в рамках якої «оживляється», «пригнічується» або розвивається певний дискурс. Контекст, у свою чергу, зумовлює значення, яке надається вузловим, найбільш важливим точкам у рамках певного дискурсу. Крім того, різне сприйняття тих самих категорій зумовлено іншими категоріями, серед яких вони вживаються, способом використання і застосування, роллю і функціями, які вони виконують. Змінюється не саме слово, а смисл, який в нього вкладають в рамках того або іншого дискурсу. Особливість сприйняття і формування сенсу багато в чому зумовлюється тією роллю, яка в рамках кожної концепції віддається суб'єкту.

У науковій літературі представлено безліч підходів до вивчення дискурсу, які, звичайно, не обмежуються трьома, представленими в цій роботі. У своїх подальших наукових пошуках ми сфокусуємо свою увагу на інших теоретичних студіях дискурсу, акцентуючи

на тих із них, які спрямовані, в тому числі, на аналіз політичного дискурсу, зокрема найбільш значущих чинників, що зумовлюють його сутність, особливості конструювання та розвитку в тих чи інших соціокультурних умовах.

Література:

1. Макаров М. Л. Основы теории дискурса [Электронный ресурс] / М. Л. Макаров – М. : Гнозис, 2003. – 280 с. – Режим доступа : <http://yanko.lib.ru/books/cultur/makarov-osnovu-teorii-diskursa-8l.pdf>.
2. Harris Z. Discourse analysis / Z. Harris // Language. 1952. – V. 28. – P. 1–30.
3. Бенвенист Э. Общая лингвистика [Электронный ресурс] / Э. Бенвенист. – Пер. с фр. – М. : Прогресс, 1974. – 447 с. Режим доступа : <http://www.read.in.ua/book197355/>.
4. Фуко М. Археология знания : пер. с фр. [Электронный ресурс] / М. Фуко. – К. : Ника центр, 1996. – 208 с. – Режим доступа : http://royallib.com/book/fuko_mishel/arheologiya_znaniya.html.
5. Laclau E. Hegemony and Socialist Strategy [Electronic resource] / E. Laclau, C. Mouffe – London: Verso, 1985. – 198 с. Access mode : http://www.juryurso.org/wp-content/uploads/2014/11/Hegemony___Socialist_Strategy_by_Erneto_Laclau_Chatal_Mouffe._Second_Edition_small_size.pdf.
6. Филипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. / Л. Дж. Филипс, М. В. Йоргенсен. – Харьков : «Гуманитарный Центр», 2004. – 336 с.
7. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

Виктор Городяненко*доктор исторических наук, профессор кафедры социологии
Днепропетровского национального университета имени О. Гончара***Victor Gorodyanenko***Doctor of Sciences (History), Full Professor, Department of Sociology
at Oles Honchar Dnipropetrovsk National University*

СОЦИАЛЬНАЯ ДЕСТРУКТИВНОСТЬ: ВИДЫ, МЕХАНИЗМЫ И ФАКТОРЫ АКТУАЛИЗАЦИИ

В статье осуществляется теоретический анализ понятия и феномена социальной деструктивности в условиях современного общества. Рассматриваются работы таких исследователей деструктивного поведения, как З. Фрейд, Э. Фромм, Г. Маркузе, Т. Адорно, М. Хорнхаймер. Приводится пример типологии деструктивного поведения (деструктивное поведение направленное вовне: войны, террористические акты, вандализм и т.д., а также деструктивное поведение, направленное человеком на самого себя: суицид, наркомания, алкоголизм и др.). Особое внимание уделяется деструктивным проявлениям деструкции социального порядка на постсоветском пространстве, в частности в украинском обществе. Акцентируется на таких факторах и механизмах деструктивной деятельности, как война, которая в современных условиях ведется с применением концентрированного оружия; терроризм, коррупция и др. Подчеркивается настоятельная необходимость научной концептуализации рассмотренной проблемы, в том числе и прежде всего социологического исследования разнообразных проявлений феномена социальной деструктивности в современном глобализированном обществе.

Ключевые слова: деструктивность, социальная деструкция, деструктивное поведение, коррупция.

The theoretical analysis of the concept and phenomenon of social destructiveness in contemporary society was conducted in the article. We consider the works on destructive behavior of such researchers, as Z. Freud, E. Fromm, H. Marcuse, T. Adorno, M. Hornheimer. An example of a typology of destructive behavior (destructive behavior directed outwards: wars, terrorism, vandalism, and etc., as well as destructive behavior, directed at the man himself: suicide, drug addiction, alcoholism, and etc.). Particular attention is paid to the destructive phenomena of degradation of the social order in the post-Soviet space, in particular in the Ukrainian society. The attention is focused on such factors and mechanisms of destructive activities like war, which under current conditions is conducted using consensual weapons; terrorism, corruption, and others. The urgent need of scientific conceptualization of discussed issues including primarily sociological research of various manifestations of the phenomenon of social destructiveness in contemporary globalized society is stressed.

Keywords: destructiveness, social destruction, destructive behavior, corruption.

У статті здійснюється теоретичний аналіз поняття і феномена соціальної деструктивності в умовах сучасного суспільства. Розглядаються роботи таких дослідників деструктивної поведінки, як З. Фрейд, Е. Фромм, Г. Маркузе, Т. Адорно, М. Хорнхаймер. Наводиться приклад типології деструктивної поведінки (деструктивна поведінка спрямоване зовні: війни, терористичні акти, вандалізм і т. д., а також деструктивна поведінка, спрямована людиною на себе: суїцид, наркоманія, алкоголізм та ін.). Особлива увага приділяється деструктивним проявам деструкції соціального порядку на пострадянському просторі, зокрема в українському суспільстві. Акцентується на таких факторах і механізмах деструктивної діяльності, як війна, яка в сучасних умовах ведеться із застосуванням концентрованої зброї; тероризм, корупція та ін.

Підкреслюється нагальна необхідність наукової концептуалізації розглянутої проблеми, в тому числі і перш за все соціологічного дослідження різноманітних проявів феномена соціальної деструктивності в сучасному глобалізованому суспільстві.

Ключові слова: деструктивність, соціальна деструкція, деструктивна поведінка, корупція.

Глубинные изменения в современной социальной реальности, происходящие в мире в начале XXI века, предполагают пересмотр ряда феноменов, среди которых следует обозначить социальную деструктивность. Разрушительные тенденции человеческой сущности наиболее предметно дали о себе знать в XX столетии посредством массовых убийств, революций, мировых и многочисленных локальных войн, террористических актов и т.п. Очевидно, что ни религиозная, ни светская мораль не способны предотвратить явления социальной деструктивности. Мало того, необходимо брать в расчет современный глобальный уровень развития техники и технологии, поскольку нарастающие тенденции социальной деструктивности выступают реальной угрозой не только по отношению к конкретным социальным группам, но и к человечеству в целом. В этой связи, исследование проблем социальной деструктивности является одной из актуальных и насущных задач современной социальной науки.

Исходя из этого, **целью** нашей статьи является выявление факторов социальной деструктивности в современном глобализированном обществе.

Реализуя эту цель, прежде всего подчеркивается, что термин «деструктивность» образован от латинского слова «destructio», что в переводе обозначает «разрушение», «нарушение нормальной структуры» чего-либо. В психологии этот термин обозначает поведение человека, направленное на внешние объекты (вовне), либо, как вариант, на самого себя (внутри) (деструктивное поведение).

К проявлениям деструктивного поведения, направленного вовне, исследователи относят разнообразные вариации разрушения социума, реальных общественных отношений (война, террористические акты); вандализм, разрушение ценных предметов, памятников, произведений искусства; разрушение естественной среды (экономический терроризм, экоцид); уничтожение другого человека (убийство), разрушение личности.

К проявлениям деструктивного поведения, направленного внутрь, относят суицид, алкоголизм, наркотическую зависимость, токсикоманию и др. Деструктивное поведение являет собой тип разрушительного для

человека поведения, которое характеризуется существенными отклонениями от установленных социальных и даже медицинских норм, в результате которого страдает качество жизни человека. Личность перестает критически пересматривать и оценивать свое поведение, возникает непонимание происходящего и когнитивное искажение восприятия в целом. В итоге снижается самооценка, возникают разного рода эмоциональные нарушения, что приводит к социальной дезадаптации, причем в самых крайних проявлениях. Деструктивность проявляется, как правило, в сложные переломные моменты жизни.

Для Украины при отсутствии объединяющей идеологии и ценностных доминант проблема социальной деструктивности крайне актуальна, так как необходима выработка стратегий, сдерживающих и трансформирующих разрушительные тенденции, провоцирующие общество к проявлениям деструкции.

В современной социологической научной литературе в целом обозначен широкий диапазон не только различных, но и прямо противоположных подходов к пониманию сущности характера и масштабов последствий данного явления, проявляющихся в различных формах социальной деструкции. Следует отметить, что наряду с отсутствием единства взглядов по вопросам антропологического фактора деструктивности в социологической литературе остается малоизученной проблема социальной деструктивности как таковой.

В рамках социально-психоаналитического подхода исследуются деструктивные проявления на индивидуально-психологическом уровне, ставится вопрос о том, насколько стремление к деструктивной деятельности укоренено в человеческой природе, какие формы деструкции существуют на уровне индивидуальных взаимодействий (З. Фрейд, А. Адлер, К. Юнг, В. Штекель, Э. Фромм) и т.п. Так, в работе «Я и Оно» Фрейд высказал соображение, согласно которому «Сверх-Я», выступающее в качестве критической инстанции, совести и чувства вины, может развивать по отношению к «Я» такую жестокость и строгость, которая превращается в садизм и беспощадную ярость. Признавая это обстоятельство, наглядно проявляющееся в практике психоанализа на примере пациентов, страдающих меланхолией, он ус-

мотрел в «Сверх-Я», разрушительный компонент, связанный с направленностью агрессии человека не столько вовне, сколько внутрь [1, с.438].

Одним из возможных путей изучения проблемы социальной деструктивности может стать обращение к творческому наследию видных представителей Франкфуртской школы – Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе и Э. Фромма. Так, Э. Фромм в работе «Анатомия человеческой деструктивности» подчеркивал, что деструктивность является одной из наиболее важных проблем психоанализа. Подвергнув переосмыслению выдвинутые З. Фрейдом представления о деструктивности, он обосновал идею о том, что объяснение жестокости и деструктивности человека следует искать не столько в унаследованных от животного инстинктах, факторах, отличающих человека от его животных предков. Это обоснование включало в себя проведение различия между двумя совершенно разными видами агрессии: «доброкачественной», оборонительной, служащей делу выживания индивида и рода, имеющей биологические формы проявления и затухающей, как только исчезает опасность, угроза жизни; и «злокачественной», биологически неадаптивной, характеризующейся десетруктивностью и жестокостью, которые свойственны только человеку, так как, по мнению Э. Фромма, только человек может проявлять деструктивность независимо от наличия угрозы жизни и необходимости удовлетворения своих потребностей» [2].

Концепция социальной деструкции представлена в работе Т. Адорно и М. Хоркхаймера «Диалектика Просвещения», авторы заявляют о том, что главный предмет их исследования – это «саморазрушение Просвещения». Они рассматривают ход Просвещения как деструкцию, указывая, что воспринимавшийся ранее человечеством путь совершенствования оказался путем саморазрушения. Выходя за рамки традиционных марксистских воззрений, рассматривавших проблему социального разрушения в рамках парадигмы общественного производства и классовой борьбы, Т. Адорно и М. Хоркхаймер видят причины этого явления в особенностях взаимоотношения человека и природы. По их мнению, человек – самое деструктивное существо, противопоставляющее себя окружающему миру: «...Со времен своего возникновения биологический вид человека всегда демонстрировал себя всем остальным в качестве эволюционно самого развитого и потому, как самую страшную разрушительную силу» [3, с. 10].

Вслед за Т. Адорно и М. Хоркхаймером

к теме социальной деструкции обращается Г. Маркузе. Он развивает концепцию социальной деструкции, исходя из несколько иных, чем у Адорно и Хоркхаймера оснований. Во-первых, Г. Маркузе во многом разделял позицию З. Фрейда, что проявилось, в частности, в использовании им таких понятий, как Эрос и Танатос. Во-вторых, он стремится структурировать историю человечества, выделяя три периода: доиндустриальное общество, индустриальное (технологическое, одномерное, общество как репрессивная цивилизация), «постиндустриальное общество умиротворенного существования или нерепрессивная цивилизация». Маркузе выявляет парадокс социальной деструкции в одномерном обществе: инстинкт разрушения удовлетворяется в процессе производства. Например, разрушение личности происходит через переформирование (навязывание) потребностей, вновь и вновь производимых обществом. Возрастание производительности приводит к увеличению разрушения. Деструкция в индустриальном обществе проявляется в форме «деструктивного процветания» [4, с. 503].

Представленные теоретические наработки приобретают особую значимость для постсоветских обществ, в том числе украинского общества, находящегося в процессе трансформаций, пытающегося определить пути выхода из долговременного системного кризиса, отягощенного военными действиями на Донбассе.

В этом контексте подчеркнем, что целенаправленным методом деструкции существующего социального порядка в современных глобальных условиях является *война*. Следует отметить, что в настоящее время война ведется не только традиционными методами, но и с применением различных форм информационно-психологической борьбы, в частности, с применением концентрированного оружия.

Сегодня мир вступил в новый этап борьбы – конкуренцию форм организации сознания, где предметом поражения и уничтожения являются определенные типы сознания. Концентрированное оружие эффективно используется средствами массовой информации и прежде всего, телевидением. Конечная цель использования данного оружия – это изымание людей из сложившихся общностей. Разрушение народа и превращение его в население происходит за счет того, что никто больше не хочет связывать и соотносить себя с политэтносом, к которому до этого принадлежал. Разрушение сложившихся идентификаций нацелено на разрушение механизмов включения человека в естественно сложившиеся и существующие общности и замену этих

общностей одной абсолютно искусственной общностью – общностью зрителей у экрана телевизора. Анализируя специфику современных войн, следует отметить, что с 90-х годов XX столетия войны велись, главным образом, внутри государств: они порождались не стремлением к территориальным захватам, а, скорее, политическими амбициями или мотивами обогащения.

Существенным деструктивным потенциалом обладает и такое негативное явление, как *коррупция*. Под коррупцией обычно понимается деятельность в сфере политики или государственного управления, заключающаяся в использовании должностными лицами доверенных им прав и властных полномочий в целях личного обогащения. Наиболее типичными проявлениями коррупции являются подкуп чиновников и общественно – политических деятелей, взяточничество за законное и незаконное предоставление благ и преимуществ, протекционизм и др. Коррупцированность государственной бюрократии создает ситуацию, когда при резком росте экономической и прочей преступности власть не в состоянии обеспечить неотвратимость юридической ответственности, в том числе, за совершенные преступления. Коррупция подрывает авторитет ценностей государственности, стабильности общества, демократических стратегий, деформирует понимание правопорядка и, в конечном счете, выполняет деструктивную, разрушительную роль в обществе. Кроме того, коррупция ведет к деградации духовных, моральных, общественных ценностей, усложняет международные отношения, затрудняет участие в процессах международного общения и торговли, способствует росту имущественного неравенства и бедности.

Широко применяемым инструментом деструкции существующего социального порядка сегодня является *терроризм*. С социологической точки зрения политический терроризм – насильственные действия, направленные на принуждение элиты и толпы, со стороны определенных организаций и одиночек, к выполнению политических решений на государ-

ственном или даже на межгосударственном уровне. Терроризм обладает значительным деструктивным потенциалом и направлен прежде всего на изменение существующих социальных отношений. Главными детерминантами его были и остаются социально-экономические причины, выраженные в величайшей социальной несправедливости, на которую потом наслаиваются многие другие обстоятельства и социально-экономические причины окрашиваются в тот или иной политический, идеологический, национальный, религиозный или психологический «цвет», что еще более упрочивает террористическую направленность различных групп и слоев населения и его отдельных представителей.

В современных условиях возрастает многообразие террористической деятельности, которая все больше увязывается с национальными, религиозными, экономическими конфликтами, сепаратистскими и освободительными движениями.

Подводя итоги вышесказанному, подчеркнем, что рассмотренная нами проблема социальной деструктивности в ее многообразных проявлениях настоятельно требует своей концептуализации. Мы полагаем, что в дальнейшем необходимо обратиться к разработке комплексного подхода к анализу исследуемого феномена и его конкретных проявлений. Практическая потребность теоретического и эмпирического изучения проблемы обусловлена необходимостью более глубокого понимания механизмов разрушения существующего общественного порядка, анализа социальных последствий деструктивной деятельности человека. Социологические исследования данной проблематики, выявление оснований социальной деструктивности в рамках современной цивилизации, анализ и систематизация различных подходов к исследованию проблемы деструктивности применительно к историческому многообразию типов культур позволит, с нашей точки зрения, выработать социокультурные механизмы, способствующие поддержанию дальнейшего устойчивого развития общества.

Литература

1. Фрейд З. Психология бессознательного : сб. произведений / Зигмунд Фрейд ; сост., науч. ред., авт. вступ. ст. М. Г. Ярошевский – М. : Просвещение, 1990. – 448с.
2. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности : пер. с нем. / Эрих Фромм. – М. : Республика, 1994. – 447с.
3. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты : пер. с нем. / Макс Хоркхаймер, Теодор Адорно – М., СПб. : Медиум, Ювента, 1997. – 312с.
4. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек. Исследование идеологий развитого индустриального общества / Г. Маркузе ; пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина ; сост., предисл. В. Ю. Кузнецова. – М : АСТ, 2003. – 526, [2] с.

Оксана Гаврилик
аспирантка кафедры социологии
Белорусского государственного университета (г. Минск).

Oksana Gavriliuk
PhD student, Belarusian State University (Minsk)

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ НОРМЫ РЕГУЛЯЦИИ ДЕНЕЖНЫХ ОТНОШЕНИЙ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

В статье представлен анализ социокультурных норм, регулирующих денежные отношения. На основе методологии П. А. Сорокина и предложенной им классификации норм, опосредующих социальные взаимодействия, рассмотрено влияние норм морали, этикета, права, правил-предписаний на монетарное поведение населения исторически конкретных обществ. Содержание норм раскрывается через оппозицию «должно - недопустимо», что позволило сравнить нормы различных культур на основе базовых категорий, проследить их изменения в социокультурной динамике и выйти на теоретические обобщения относительно современной белорусской действительности.

Ключевые слова: социокультурные нормы, деньги, денежные отношения, мораль, право, этикет.

The analysis of sociocultural norms regulative money relations is presented in the article. Based on the methodology by P.A. Sorokin and his classification of norms that mediate social interactions, the influence of morality, etiquette, law, and rules-regulations on the monetary behavior of the population of particular societies is studied. The content of the rules is revealed through the opposition «must-unacceptable», allowing compare the rates of different cultures on the basis of basic categories, monitor the changes in the socio-cultural dynamics and continue with the theoretical generalizations about modern Belarusian reality.

Keywords: sociocultural norms, money, money relations, morality, law, etiquette

У статті представлений аналіз соціокультурних норм, що регулюють грошові відносини. На основі методології П.О. Сорокіна та запропонованої ним класифікації норм, які опосередковують соціальні взаємодії, розглянуто вплив норм моралі, етикету, права, правил-приписів на монетарну поведінку населення історично конкретних суспільств. Зміст норм розкривається через опозицію «повинно бути - неприпустимо», що дозволило порівняти норми різних культур на основі базових категорій, простежити їхні зміни в соціокультурній динаміці та зробити теоретичні узагальнення щодо сучасної білоруської дійсності.

Ключові слова: соціокультурні норми, гроші, грошові відносини, мораль, право, етикет.

Социологический анализ экономических явлений и, в частности, денежных отношений предполагает, в том числе изучение их социокультурных детерминант. Некоторые подходы к интерпретации данного аспекта экономических отношений содержатся в работах западных (В. Зелизер, С. Московичи, К. Поланьи), российских (Н. Н. Зарубина, А. А. Шептун, В. Ю. Катасонов), белорусских (Г. Н. Соколова, А. П. Лимаренко) исследователей. Проанализировав научные публикации отечественных авторов, мы обнаружили,

что анализ социокультурных регуляторов денежных отношений в условиях белорусского общества в них не представлен. Глобальные кризисные явления в экономике и их локальные резонансы, нестабильность и непредсказуемость рыночной ситуации, иные факторы выступают как вызовы, на которые обычный человек как субъект денежных отношений далеко не всегда готов дать адекватный ответ. Последний зачастую предопределен не столько экономической целесообразностью, сколько социокультурной традицией и фор-

мируемым в рамках такой традиции здравым смыслом. Актуальность исследования данной проблематики применительно к конкретным обществам определяет *цель данной статьи* – определение роли социокультурных норм исторически конкретного общества в регуляции денежных отношений.

Методологическим основанием нашего исследования выступает теория социокультурного взаимодействия П. А. Сорокина, который убедительно доказал, что такие социальные регуляторы, как значения, нормы и ценности обнаруживаются во всех проявлениях общественной жизни, в том числе и в хозяйственной деятельности [1, с. 193-205]. Среди социально значимых компонентов, опосредующих денежные отношения, особую важность имеют принятые в обществе нормы относительно функционирования денег в социальных отношениях. В соответствии с классификацией норм, предложенной П. А. Сорокиным, следует выделить: 1) нормы морали (религиозной и светской), касающиеся правил хозяйствования, ценностного отношения к деньгам и пр.; 2) нормы этикета, регламентирующие обращение с деньгами в общественных местах, дарение денежных подарков, вознаграждение в форме чаевых и др.; 3) нормы права, регулирующие хозяйственную деятельность, а также отношения, опосредованные деньгами, в неэкономических сферах (здравоохранение, семья, культура, политика и др.); 4) распространенные в обществе правила-предписания по достижению конкретных целей в сфере хозяйствования, предпринимательской деятельности. Сюда входят рекомендации хозяйствующим субъектам, разработанные теоретиками и опытными практиками и изложенные в научной, научно-популярной, методической литературе. Детальное изучение этих норм дает более полное представление о социальных механизмах, регулирующих монетарное поведение.

Понятие «норма» (от лат. «norma» – руководящее начало, правило, образец) широко употребляется в социально-гуманитарном знании и означает установленные в обществе правила действия. Норма устанавливает границы дозволенного, и все, что выходит за эти пределы, она относит к недопустимому, подвергаемому социальным санкциям, наказуемому. Конструирование нормативных границ происходит через оппозиции «можно – нельзя», «поощряемо – наказуемо», «должно – недопустимо». В религиозной этике эти оппозиции конкретизируются в нормах справедливости, богоугодного и греховного, в социальной этике – добродетели и порока, в этикете – приличного и неприличного, в праве – законного и незаконного, в традиционной культуре – того, что принято (поступают,

«как все») и неприятого. В практических действиях (главным образом целерациональных) преобладает утилитарный подход, при котором те или иные действия оцениваются с точки зрения их пользы или вреда. Изучение социокультурных норм через представленные оппозиции раскрывает их не просто как набор предписаний, но выявляет их сущностные характеристики, позволяет сравнивать нормы различных культур на основе базовых категорий, проследить их изменения в социокультурной динамике и выходить на теоретические обобщения относительно современной белорусской действительности. Далее будут последовательно рассмотрены нормы морали, этикета, права и правила-предписания, которые оказывали и(или) продолжают оказывать регулирующее воздействие на денежные отношения в конкретных обществах, в том числе в Республике Беларусь.

1. Мораль. Моральные принципы всегда были важнейшим регулятором человеческой деятельности, и в данной статье им уделяется особое внимание. Традиционным для социологии является рассмотрение влияния религии на хозяйственную этику, поэтому начнем исследование с религиозной морали.

1.1. Религиозная мораль. Отношение христианской церкви и общества к купцам всегда было очень противоречивым. С одной стороны, без них нельзя было обойтись, так как они являлись важнейшим звеном торговли, доставляли редкие товары из дальних стран. С другой стороны, купцы вызывали зависть и недоброжелательство. По словам отцов церкви, трудно, чтобы в отношениях купли-продажи не затесался грех [2, с. 99-100]. Церковь запрещала ссуду денег под процент. Греховной считалась алчность и скупость ростовщиков. В «Божественной комедии» Данте есть сцены адских мук ростовщиков, которые попали в седьмой круг ада. Единственная возможность искупить свой грех для ростовщика – это раздать все несправедливо нажитое имущество. Именно так поступил Франческо Датини, который в старости обратился к покаянию, долго постился и, в конце концов, оставил почти все свое состояние на благотворительность [2, с. 121].

Введение инноваций в экономической деятельности в Средние века требовало гибкости, в том числе и культурных форм жизни. Трансформация религиозных догматов была необходима для адаптации людей к изменяющимся условиям и развития хозяйства европейских стран. Наступление эпохи Возрождения привело к расцвету философии индивидуализма, личной свободы, а идеал рациональности нашел свое воплощение в легализации банковского дела и расширении влияния финансовых элит. М. Вебер связывал распространение ка-

питалистического способа ведения хозяйства с базовыми ценностями протестантского этоса, где целью жизни человека является успешное исполнение своего профессионального призвания и усердное трудолюбие, что освещает путь к вечному спасению [3, с. 76].

Если в западных странах основной религиозной группой, наиболее активно участвовавшей в развитии капиталистического способа хозяйствования, были протестанты, то в России подобную роль выполняли старообрядцы. Российский историк Н. М. Никольский объясняет торговые и промышленные успехи старообрядцев их необыкновенной солидарностью, которая связывала людей внутри общины и различные общины между собой [4, с. 625]. К 1917 г. старообрядцы составляли более 60 % торгово-промышленного класса в России [5, с. 70]. Гонения на раскольников со стороны властей усиливали их сплоченность, взаимоподдержку, и единственное, что они могли противопоставить власти – это деньги. Г. Зиммель совершенно справедливо утверждал, что «деньги – это родина безродных», что социальные группы или конкретные индивиды, находящиеся в маргинальном положении, могут завоевать высокое социальное положение через свою предпринимательскую активность. По этому пути пошли и старообрядцы (впрочем, как и иудеи), используя капитал в качестве оружия «в борьбе за веру с ее гонителями» [6, с. 256].

Если обратиться к современному православному вероучению, то можно обнаружить немало предписаний, касающихся денежного поведения. В частности, церковь осуждает спекулятивные операции, стирающие зависимость доходов от затраченного труда [7, с. 55]. Греховным является и нарушение деловой этики, получение прибыли нечестным путем, сокрытие доходов, нелегальный вывод капиталов за рубеж [8, с. 124]. Справедливость в распределении денег заключается в том, что человек расходует их не только на собственные нужды, но и на благотворительность. В качестве нормы пожертвования храму устанавливается десятая – десятая часть дохода, которую нужно отдать Богу [9, с. 62].

Христианское представление о справедливости отражено в заповеди «Поступай с другими так, как хочешь, чтобы поступали с тобой». Социальные отношения должны строиться на милосердии, бескорыстии и поддержке нуждающихся. Католическая доктрина придерживается принципа «адекватного воздаяния за совершенный труд» [5, с. 73], что выражается в нравственном оправдании прибыли при условии следования гуманистическим ценностям и социальной ответственности.

Иудеи считали греховным отдавать деньги в рост представителям своего народа, что, од-

нако, не относилось к иноверцам. В иудаизме закрепилось представление о еврейском народе как об избранном (в отличие от христианства, в котором перед лицом Господа все равны), поэтому ростовщичество в отношении представителей иного вероисповедания считалось вполне справедливым. Такое допущение позволило им успешно заниматься ссудами под процент среди христиан, для которых этот вид деятельности был сродни страшному греху. Успех в денежных делах рассматривается в еврейской традиции как награда от Бога, а неудачи и разорение как наказание за несправедливую жизнь. Богатство является справедливым вознаграждением за труд [5, с. 90] и составной частью счастливой жизни, поэтому нет ничего постыдного в том, что человек стремится разбогатеть. Однако почет и уважение в обществе можно заслужить, если усердно заниматься изучением Торы, либо оказывая значительную поддержку тем, кто ее изучает. Поэтому справедливость в распределении благ проявляется в обязательной благотворительной деятельности [10, с. 129-135].

В мусульманских странах наложено ограничение на рост денег под процент, что всегда импонировало, прежде всего, бедным слоям населения [11, с. 27]. В то же время к купцам в мусульманских странах относились с большим уважением и почётом, нежели в христианских государствах, что способствовало развитию торговли и оживлению хозяйственной жизни средневековых городов. Разница в отношении к торговцам отражается в сопоставлении двух высказываний: слова пророка Мухаммеда «Если бы Аллах дозволил жителям рая торговать, они бы торговали тканями и пряностями» и поговорка, распространенная в христианском мире «Торговля должна быть свободной, без ограничений до самой преисподней» [12, с. 567]. Справедливость в распределении общественных благ в исламе раскрывается в обязательной очистительной милостыне (закят), которая должна составлять от 2,5 до 10 % имущества мусульманина и предназначаться для вдов, сирот, немощных и других бедняков, являясь действенным средством поддержания минимально необходимого уровня жизни малоимущих слоев населения [11, с. 27].

В странах, где большинство населения исповедуют ислам, активно развивается капитализм. Это связано, в том числе, с признанием богословами капиталистического строя как желательного и наилучшего, защищающего частную собственность и предпринимательскую активность [11, с. 55]. А попытка соединить эффективную экономическую деятельность с исполнением моральных норм шариата воплотилась в создании так называемого исламского банкинга, где кредитор и заемщик являются партнерами, совместно разделяющими риски предприятия.

Буддисты также признают материальный достаток важной частью благополучия. В буддизме часто встречаются упоминания божеств - покровителей богатства: Намсарэй, Дзамабала, Лакшми. Весьма развиты практики привлечения богатства. Однако, согласно буддийскому вероучению, истинной целью человеческой жизни является выход из сансары и достижение просветления, нирваны, что предполагает отречение от земных благ.

Американский исследователь Р. Белла в своей работе «Религия эпохи Токугава» попытался выявить компоненты японской религии, которые оказали существенное влияние на развитие капитализма в Японии. Большинство религиозных течений на территории Японии проповедовало преданность, почтительность, экономию и усердие в делах. Подобные этические максимы вытекают из требования «о социальном служении, которое рассматривается как воздаяние за полученные блага от божеств и вышестоящих в социальной системе» [13, с. 119]. Р. Белла делает вывод о том, что обязательства упорно трудиться и выполнять свой общественный долг способствовали рационализации хозяйственной деятельности и развитию капиталистических отношений в Японии [13, с. 119].

1.2. Светская мораль. Отношение к деньгам отражается и в светской морали. Обращение к философским воззрениям ключевых фигур той или иной эпохи дает представление о бытовавших в то время моральных нормах. Для Античности такими ключевыми фигурами являются Платон, Аристотель, Гесиод; в Средневековой Европе решающее значение имела религиозная мораль; в Новое время получили распространение идеи И. Канта, А. Смита, У. Бентама; этическая регламентация капиталистического способа хозяйствования связана с именем Б. Франклина. Обратимся к краткому рассмотрению их отношения к деньгам.

Философы Античности, прежде всего, видели добродетель в благородстве и мудрости человека, а материальному богатству отводили второстепенную роль. У Платона богатство связано с возможностью делать добрые дела для блага других [14, с. 283]. В своей утопии «Государство» Платон предупреждал, что воины, которые обеспечивают безопасность государства, не должны иметь никакой собственности, кроме самого необходимого, в противном случае они сделаются хозяевами и перестанут заботиться об общем благе [14, с. 283]. Аристотель считал, что добродетельными в отношении имущества могут быть только щедрые люди. Величие человека проявляется в тратах, которые считаются почетными [15, с. 114]. В то же время он осуждал людей, которые тратят несоразмерно много не для прекрасной цели, а чтобы показать свое богатство, а также ростовщиков, которым при-

суци позорные способы наживы, порицаемые обществом [15, с. 112-115]. Во времена Гесиода денежное богатство отделилось от земельного богатства, что породило много проблем и необходимость земледельцам заботиться о доходности своих имений [16, с. 19]. Гесиод призывал их отказаться от прежних аристократических стандартов и заняться непосредственно трудом. Трудолюбие и честность являются добродетелью, а безделье – пороком [16, с. 21]. Вместе с тем Гесиод признавал, что социальное значение богатства велико, а бедняк не может быть в почете: «стыд – удел бедняка, а взоры богатого смелы» [16, с. 21]; «вслед за богатством идет добродетель и уважение» [16, с. 22].

Социальные представления Нового времени о приемлемых формах хозяйствования отражаются в этических учениях философов и экономистов. Так, И. Кант в своих рассуждениях часто прибегал к примерам из хозяйственной жизни, присущих обществу с рыночной экономикой [16, с. 168]. Осуждая стремление к наживе, И. Кант подчеркивал, что нужно отдавать другому свою собственность в обмен на его собственность, не позволяя никому получать сверхприбыль [16, с. 166]. Напротив, А. Смит считал, что общественные процессы должны регулироваться главным образом экономическими интересами, основой которых является человеческий эгоизм [16, с. 177]. Позже в этике утилитаризма У. Бентама главным моральным принципом был провозглашен принцип максимизации пользы, причем индивидуальной. Тем самым «утилитаризм отразил практическую мораль буржуазии, и в этом причина его живучести в капиталистическом мире» [17, с. 276].

Различия между моралью средневекового рыцаря и представителя буржуазии подробно изложены в работе польского социолога М. Оссовской «Рыцарь и буржуа». Как отмечает автор, рыцарю подобало быть столь же щедрым, как и мужественным. Щедрость считалась «непременным свойством благороднорожденного» и служила зависимым от него людям, которые могли рассчитывать на богатые подарки и угощения [18, с. 84]. Большое влияние на формирование хозяйственной этики буржуа оказал американский общественный деятель Б. Франклин. Он сформулировал основные принципы, которым должен следовать каждый, кто хочет добиться успеха в финансовых делах. Они особенно четко просматриваются при сравнении с рыцарским (или аристократическим) этосом. В аристократическом этосе счастье зависит от достатка не прямо, а косвенно. Рыцарский этос запрещал проявлять интерес к деньгам; этос Б. Франклина прямо призывал пересчитывать время на деньги [18, с. 248]. Благородство аристократа заключалось в том, чтобы сохранить свою честь и привилегии своего сословия; бла-

городство буржуа состояло в том, что он жертвует часть доходов на благотворительность, учреждает фонды и стипендии, чтобы частично сгладить создаваемые им самими социальными контрасты [18, с. 19]. Таким образом, добродетель рыцаря заключалась в щедрости, а добродетель буржуа – в бережливости.

Сегодня в белорусском обществе денежные ссуды под процент не считаются греховными или порочными. В республике свободно осуществляют свою деятельность банки и другие кредитно-финансовые организации, и большинство граждан пользуются их услугами. Религиозные и светские нормы требуют от участников хозяйственной деятельности честности, открытости в совместных делах и социальной ответственности. Щедрость должна проявляться в поддержке слабых и нуждающихся, приветствуется благотворительная деятельность на нужды больниц, детских домов и спортивных комплексов, музеев, храмов и т.д. Обществом признается необходимость социально-экономической поддержки лиц с ограниченными возможностями, детей, оставшихся без попечения родителей, многодетных семей, пожилых людей, лиц, пострадавших от аварии на ЧАЭС, которая реализуется, в том числе, через выплаты социальных пособий. Христианская церковь (в том числе православная и католическая) призывает широкие слои населения к активной предпринимательской деятельности [19; 20, с. 593], что позволит устранить эксплуатацию наемного труда, повысить благосостояние отдельных домохозяйств и общества в целом.

2. Этикет. Этикет как свод правил поведения человека также регламентирует обращение с деньгами в различных ситуациях. От того, насколько поведение человека соответствует нормам этикета того общества, в котором он находится, зависит представление о приличии его манер в общении с окружающими. Например, в американском обществе тема личных финансов является запретной, тогда как в белорусском обществе вопрос о размере заработной платы нередко является вторым по очереди при встрече даже не слишком хорошо знакомых людей. Предписания этикета касаются также чаевых и денежных подарков. Рассмотрим некоторые из них, имеющие действие в странах Восточной и Западной Европы, Соединенных Штатах Америки, Японии и др.

Выплата чаевых, как правило, строго регламентирована. Нарушение данных правил грозит не только снижением уровня обслуживания клиента, но и «потерей лица» в глазах других и, соответственно, снижением его социального статуса. Существуют следующие стандарты чаевых. В западных странах таксистам полагается 10-15% от оплаты за проезд, коридорным – 1 доллар за сумку, горнич-

ным – 1-2 доллара за день [21, с. 375]. Чаевые швейцару и носильщику варьируются в пределах 1-3 долларов в зависимости от оказываемой услуги. Официанту полагается давать 15% от суммы счета, но не меньше 2 долларов [22, с. 403-406]. При этом в маленьких отелях размер чаевых меньше, чем в больших гостиницах. Чаевые рекомендуется оставлять в конверте либо, если действие происходит в ресторане, в кожаной папке для счета или под краем тарелки. В любом случае, делать это необходимо незаметно, не привлекая лишнего внимания. Демонстрация подобных вознаграждений считается дурным тоном.

В каждой стране существуют свои особенности поведения посетителей в местах общественного питания. В Австралии не принято забирать сдачу с барной стойки до тех пор, пока не допит бокал пива. В противном случае это расценивается как недоверие к окружающим и является для них оскорбительным [22, с. 412]. В Германии забрать сдачу можно только банкнотами, монеты остаются официанту [22, с. 446]. А в некоторых странах, например в Японии, Малайзии, Сингапуре, давать чаевые вовсе не принято.

Обмен подарками является важной частью социальной коммуникации и присутствует во всех культурах. Несмотря на выражение «главное не подарок, а внимание», цена подарка всегда имела большое социальное значение и варьировалась в зависимости от ситуации. Щедрость отличала феодальную знать; в наше время принято дарить практичные вещи. Слишком дорогой подарок может поставить человека в неловкое положение, особенно когда он не в состоянии ответить тем же. Нередко это является причиной отказа от подарка. В ряде стран приняты законодательные акты, регламентирующие стоимость подарков, которые может принять должностное лицо. «Этический кодекс служащего» США ставит планку предельной цены принимаемых подарков в 225 долларов для иностранцев и 20 долларов для соотечественников [21, с. 196]. Английский чиновник может оставить себе подарок не дороже 140 английских фунтов. В России негласным правилом определен порог в 150 долларов [21, с. 197]. В Беларуси стоимость подарка не должна превышать 5 базовых величин [23].

Представления о приличии денежного подарка зависят от социального статуса людей, вступающих в отношения дарения. Не принято дарить деньги при встрече иностранцам [21, с. 198]. Можно коллективно подарить деньги своему начальнику, но будет неуместно поступить таким же образом индивидуально. Денежный подарок подходит для близких людей, но недопустим для малознакомых людей или тех, кто значительно различаются по

своему социальному статусу. Американский исследователь Т. Каплоу во время изучения рождественских подарков в Мидлтауне обнаружил, что деньги считаются подходящим подарком старшего родственника младшему, но никак не наоборот [24, р. 685].

Чтобы не акцентировать внимание на цене подарка, с него обязательно снимается ценник. Тем самым подчеркивается, что тесные эмоциональные взаимоотношения дороже любого подарка. Неоднократно в правилах этикета подчеркивается, что денежный подарок необходимо передавать в конверте вместе с цветами или коробкой конфет. Подарок воплощает эмоциональную и социальную связь дарителя и одариваемого, а использование «холодных» денег не совсем подходит для такого типа коммуникации. Чтобы подчеркнуть личностные отношения и наделить деньги дополнительной символической нагрузкой, люди изобретают различные способы оформления и преподнесения денег в качестве подарка.

3. Право. Как пишет российский социолог В.И. Гараджа, если личностные отношения господина и раба можно было еще этически урегулировать именно в силу их личностного характера, то безличные денежные отношения, например на рынке ценных бумаг, таким способом урегулировать уже невозможно [6, с. 250]. Здесь вступает в свою силу законодательство.

Право как совокупность общеобязательных норм, санкционируемых государством, является важнейшим регулятором денежных отношений между членами общества. В каждом конкретном государстве существует своя система права, которая дополняется нормативными актами международного права. Она призвана обеспечить нормальное функционирование общества, задавая общие для всех правила поведения, в том числе в хозяйственной сфере.

Правовое регулирование денежных отношений имело место еще в древнем законодательстве. Так, Свод законов царя Хаммурапи содержит статьи, касающиеся разрешения денежных споров, например: «Если человек имеет на себе процентный долг, а Адад затопит его поле, или наводнение унесет жатву, или вследствие засухи в поле не вырастет хлеба, то он может в этом году хлеб своему заимодавцу не возвращать и увлажнить свой документ; также и проценты за этот год он может не отдавать» [25, с. 5].

Последующие своды нормативных актов также не обходят стороной вопросы, касающиеся денежных отношений. Обратимся к рассмотрению законодательства Республики Беларусь.

Гражданским кодексом Республики Беларусь регулируются отношения купли-продажи (Гл. 30), договор мены (Гл. 31), дарения (Гл. 32). Например, в статье 546 устанавливаются ограничения на дарение отдельным субъектам

гражданского права. В статье 553 определяется, какой акт дарения следует считать пожертвованием, какие субъекты гражданского права могут принять пожертвование и каковы правила использования пожертвованного имущества. Правовое регулирование касается и денежных единиц, имеющих хождение в пределах страны. В статье 141 белорусский рубль определяется как законное платежное средство на территории Республики Беларусь. Условия использования иностранной валюты также прописываются в законодательстве. В статье 152 закреплено гражданское право требовать денежного возмещения за понесенный моральный ущерб. Тем самым официально устанавливается денежный эквивалент неэкономическим ценностям [23].

Банковское законодательство Республики Беларусь определяет «принципы банковской деятельности, правовое положение субъектов банковских правоотношений, регулирует отношения между ними, а также устанавливает порядок создания, деятельности, реорганизации и ликвидации банков и небанковских кредитно-финансовых организаций» [26]. Кодексом Республики Беларусь о браке и семье регулируются имущественные отношения в семье. Устанавливаются правила разрешения вопросов, касающихся имущества супругов и детей, обязательств содержания членов семьи, выплаты алиментов и т.д. [27] Важным нормативным актом, регулирующим денежные отношения, является Закон Республики Беларусь «О борьбе с коррупцией». Прежде всего этим Законом устанавливается, какие действия являются коррупционными [28].

Распространение в обществе новых социальных явлений требует их правовой регламентации. Это касается, в первую очередь, суррогатного материнства и трансплантации органов. В одних странах суррогатное материнство разрешено, в других – запрещено, что создает проблемы в формировании единой позиции по отношению к данному вопросу в международном пространстве. В Республике Беларусь суррогатное материнство осуществляется на основе договора суррогатного материнства (статья 20 Закона Республики Беларусь «О вспомогательных репродуктивных технологиях»). В договоре должна быть указана стоимость услуги, оказываемой суррогатной матерью, за исключением случаев, когда договор суррогатного материнства заключен на безвозмездной основе [29].

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь «О некоторых вопросах, связанных с донорством крови и ее компонентов» установлены размеры денежных выплат донорам крови и ее компонентов: 35% бюджета прожиточного минимума (БПМ) – донорам; 9% БПМ – донорам плазмы; 15% БПМ – донорам клеток крови, полученных цито-

ферезом; 35% БПМ – изоиммунным донорам крови и плазмы; 100% БПМ – донорам эритроцитов, используемых для тестирования сывороток [30]. В настоящий момент в Республике Беларусь донорская функция может осуществляться как на возмездной, так и на безвозмездной основе, что закреплено в статье 20 Закона Республики Беларусь «О донорстве крови и ее компонентов» [31].

Правовое регулирование основывается на традициях и моральных нормах общества, однако размывание границ между нормативно должным и ненормативно существующим обязывает государство расширять сферу действия законодательства, что выражается в принятии новых нормативно-правовых актов, касающихся вопросов, которые ранее не нуждались в законодательном регулировании.

4. Правила-предписания. По мере развития торговых отношений в обществе складываются отдельные предписания по ведению хозяйственных дел, учету финансовых операций. Их список расширяется в соответствии с темпами экономического развития, а содержание зависит от господствующего типа хозяйствования.

В 1202 г. вышла в свет «Книга вычислений» Фибоначчи. Она не только открыла для европейцев арабский метод записи цифр, но и показала его возможности при ведении бухгалтерии, соотнесении курсов валют и подсчета ставки процента. Она оказала огромную помощь всем тем, кто непосредственно занимался финансовыми операциями [32, с. 43]. В 1495 г. Лука Пачоли опубликовал в Венеции свою книгу «Об арифметике», в которой резюмировал давно известные решения, касающиеся двойной бухгалтерии [12, с. 564-565].

Истоки экономической науки возникли еще в древности, однако стремительное развитие капиталистического способа хозяйствования в Западной Европе потребовало научно обоснованного изучения законов функционирования экономики, что привело к институционализации такой отрасли знания, как политическая экономия. Ее различные теоретические школы предлагали свои объяснения причин богатства государств, природы прибавочной стоимости, истоков экономических и финансовых кризисов, законов денежного обращения. Сегодня в экономической науке существует несколько подходов к определению сущности денег. В соответствии с первым подходом, деньги – это счетные единицы (М. Фридмен). Представители второго подхода (Дж. Д. Сакс, Ф. Б. Ларрен, Н. Г. Мэнкью, С. Фишер) отождествляют деньги с финансовыми активами и финансовыми инструментами. Основанием для выделения третьего подхода служит определение сущности денег в зависимости от выполняемых ими функций (К. Р. Макконнел, С. Л. Брю, Е. Долан) [33, с. 35]. Результаты своих исследований, пред-

ложения по усовершенствованию монетарной системы ученые излагают в монографиях, учебниках, статьях и других научных публикациях.

В настоящее время помимо научных теорий объяснения экономических законов существует масса научно-популярной, методической литературы о том, как добиться успеха в финансовых делах начинающему бизнесмену или простому обывателю, не искушенному в экономических вопросах. Рассмотрим белорусский книжный рынок. Автор А. Герасимов предлагает «Финансовый ежедневник», который призван помочь вести учет личных финансов, соизмерять доходы и расходы, планировать объемы инвестиций. Финансовый психолог Т. Экер в книге «Думай как миллионер» рассказывает, как запрограммировать свое сознание на более высокий уровень доходов и достижений и каким правилам необходимо следовать, чтобы приумножить свой капитал. Также необходимо упомянуть и такие бестселлеры, как «Думай и богатей: издание XXI века» Н. Хилла, «Деньги, успех и вы» Дж. Кехо, «Богатый папа, бедный папа» Р. Кийосаки и Ш. Лектер.

По результатам исследования можно сделать вывод, что монетарное поведение субъектов, обращение с деньгами в повседневной жизни, в межличностном общении подчиняется не только их естественным потребностям и сложившемуся уровню развития денежной системы, но и социокультурным нормам, существующим в конкретном обществе и определяющим своеобразие его экономического развития. Нормы морали одобряют либо порицают тот или иной тип денежного поведения, устанавливают границы функциональности денег с целью сохранить ценностно-смысловое «ядро» культуры, в которой всегда существуют священные объекты, не подлежащие денежному оцениванию, и профанные, находящиеся в области материального. Эти представления формально закрепляются нормами права, следование которым является общеобязательным. Не менее важной составляющей успешной социальной коммуникации является исполнение правил этикета: в семейном кругу, в общении с друзьями, знакомыми, при официальных визитах. И так как каждый стремится к материальному благополучию, современное общество предлагает ему большой выбор рекомендаций по достижению счастья, измеряемого уровнем дохода. Подобные предписания также представляют собой отражение ценностных установок конкретной культуры. И в силу того, что человек является звеном триады «личность – общество – культура» (П. А. Сорокин), его поведение предопределяется социокультурными нормами того общества, в котором он живет.

Литература

1. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество : пер. с англ. / П. А. Сорокин ; общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов. – М. : Политиздат, 1992. – 543 с.
2. Гуревич А. Я. Средневековый купец / А. Я. Гуревич // Одиссей. Человек в истории 1990. – С. 97-131..
3. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / Макс Вебер // Экономическая социология : хрестоматия / авт.-сост. Г. Н. Соколова, О. В. Кобяк. – 2-е изд. стереот. – Мн. : Белорусская наука, 2001. – 416 с.
4. Никольский Н. М. Сектанство и развитие капитализма в России / Н. М. Никольский // Религия и общество: хрестоматия по социологии религии / сост. В. И. Гараджа, Е. Д. Руткевич. – М. : Аспект Пресс, 1996. – С. 622-638.
5. Зарубина Н. Н. Социология хозяйственной жизни: Проблемный анализ в глобальной перспективе : уч. пособие / Н. Н. Зарубина. – М. : Логос, 2004. – 392 с.
6. Гараджа В. И. Социология религии : учеб. пособие / В. И. Гараджа. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 348 с.
7. Основы Социальной концепции Русской Православной Церкви // Информационный бюллетень ОВЦС Московского Патриархата. – 2000. – № 8. – 57 с.
8. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании // Христианин и деньги. Нужны ли православному деньги, и можно ли их честно заработать / Прот. Вл. Воробьев, Диакон А. Кураев, Диакон Д. Джеймс и др. – М.: ОБРАЗ, 2009. – С. 113-127.
9. Диакон Джеймс Д. О щедрости (христианин и деньги) / Диакон Д. Джеймс // Христианин и деньги. Нужны ли православному деньги, и можно ли их честно заработать / Прот. Вл. Воробьев, Диакон А. Кураев, Диакон Д. Джеймс и др. – М.: ОБРАЗ, 2009. – С. 42-72.
10. Катасонов В. Ю. Религия денег. Духовно-религиозные основы капитализма / В. Ю. Катасонов. – М. : Кислород, 2013. – 408 с.
11. Ахмедов А. Социальная доктрина ислама / А. Ахмедов. – М.: Политиздат, 1982. – 270 с.
12. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, 15–18 вв.: в 3 т.: научная монография / ред. Ю. Н. Афанасьев. – Т. 2 : Игры обмена. – М. : Прогресс, 1988. – 632 с.
13. Котлова З. В. Роберт Белла об аналогах протестантской этики в религиозных учениях Японии эпохи Токугава / З. В. Котлова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 12 (62): в 4-х ч. Ч. II. – С. 116-119.
14. Мазараки А. А. Философия денег: монография / А. А. Мазараки, В. В. Ильин. – Киев : Книга, 2004. – 718 с.
15. Аристотель. Этика / Аристотель; [пер. Н. В. Брагинской, Т. А. Миллер; вст. ст. Ф. Х. Кессиди; прим. Н. В. Брагинской, В. В. Бибахина]. – М. : АСТ: АСТ МОСКВА, 2010. – 492 с.
16. Дубко Е. Л. История европейской этики: учеб. пособие для студентов вузов / Е. Л. Дубко. – М. : Гардарика, 2007. – 255 с.
17. Очерк истории этики / [под. ред. Б. А. Чагина и др.]. – М. : Мысль, 1969. – 430 с.
18. Оссовская М. Рыцарь и буржуа: исслед. по истории морали / Оссовская М. [пер. с пол. К. В. Душенко]. – М., 1987. – 527 с.
19. Афанасьев Э. Честное предпринимательство / Э. Афанасьев // Христианин и деньги. Нужны ли православному деньги, и можно ли их честно заработать / Прот. Вл. Воробьев, Диакон А. Кураев, Диакон Д. Джеймс и др. – М.: ОБРАЗ, 2009. – С. 73-85.
20. История философии : учебник / Ч. С. Кирвель [и др.] ; под ред. Ч. С. Кирвеля. – Мн. : Выш. школа, 2012. – 998 с.
21. Этикет от А до Я / [авт.-сост. И. Е. Гусев]. – Мн. : Харвест, 1999. – 464 с.
22. Кановская М. Б. Этикет / М. Б. Кановская. – М. : АСТ: СПб.: Сова, 2007. – 477 с.
23. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-З // Информационно-поисковая система «Эталон». Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=HK9800218#load_text_none_1_. – Дата доступа : 15.05.2015.
24. Baker, Wayne E. The sociology of money / Wayne E. Baker, Jason B. Jimerson // American Behavioral Scientist. – July 1992. – Vol. 35 No. 6. – Pp. 678–693.
25. Сборник Законов царя Хаммурапи // Источники права. Вып. 1 – Тольятти : ИИП «Акцент», 1996. – 56 с.
26. Банковский кодекс Республики Беларусь от 25 октября 2000 г. № 441-З // Информационно-поисковая система «Эталон». Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=HK0000441#load_text_none_1_. – Дата доступа : 20.05.2015.
27. Кодекс Республики Беларусь о браке и семье от 9 июля 1999 г. № 278-З // Информационно-поисковая система «Эталон». Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=HK9900278#load_text_none_1_. – Дата доступа : 17.05.2015.
28. Закон Республики Беларусь от 15 июля 2015 г. № 305-З «О борьбе с коррупцией» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=12551&p0=H11500305&p1=1&p5=0>. – Дата доступа : 20.08.2015.
29. Закон Республики Беларусь от 7 января 2012 года №341-З «О вспомогательных репродуктивных технологиях». – Режим доступа : <https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/92757/108213/F-471462638/BLR-2012-L-92757.pdf>. – Дата доступа: 17.07.2015.
30. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 2 июня 2011 г. №693 «О некоторых вопросах, связанных с донорством крови и ее компонентов» // Сайт Гомельской станции переливания крови. – Режим доступа : <http://donor-gomel.by/specialistam/dejstvuyucshiezakonodatelnye-i-normativnye-dokumenty-po-donorstvu>. – Дата доступа : 23.06.2015.
31. Закон Республики Беларусь от 30 ноября 2010 г. № 197-З «О донорстве крови и ее компонентов» // Сайт Гомельской станции переливания крови. – Режим доступа : <http://donor-gomel.by/specialistam/dejstvuyucshiezakonodatelnye-i-normativnye-dokumenty-po-donorstvu>. – Дата доступа : 23.06.2015.
32. Фергюсон Н. Восхождение денег / Н. Фергюсон. – М.: АСТ: CORPUS, 2013. – 431 с.
33. Мищенко С. В. Сущность и функции современных денег / С. В. Мищенко // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2010. – № 6. – С. 32–40.

УДК 316.773.2:304.2

Оксана Ковтун

студентка факультету соціології та управління Запорізького національного університету

Kovtun Oksana

Student of sociology and management, Zaporizhzhya National University

МЕХАНІЗМИ КОНСТРУЮВАННЯ РЕКЛАМИ ПАТРІОТИЗМУ НА ОСНОВІ МАТРИЦІ СИМВОЛІЧНОГО ПРОСТОРУ ЛЮБОВІ

У статті розкривається значення матриці символічного простору любові для конструювання ефективної реклами патріотизму. Визначаються особливості формування патріотизму на основі актуалізації його емоційно-мотиваційного компоненту за допомогою використання символів любові у рекламі. Представляється матриця символічного простору любові, сконструйована за результатами дослідження відеореклами патріотичного спрямування, що була вироблена за роки незалежності України. Аналізується офіційний дискурс функціонування патріотичної реклами; підкреслюється важливість виконання державою як повноправного суб'єкта інформаційного простору країни власних функцій з виховання патріотично налаштованих громадян. Акцентується увага на необхідності орієнтації державної політики на смисли, що продукуються громадськістю стосовно патріотизму.

Ключові слова: символічний простір, символи любові, патріотична реклама, любов до Батьківщини

The symbolic space of the matrix of "love" as the base for the designing effective advertising of patriotism is discussed in the article. The features of patriotism construction on the base of actualization of its emotional and motivational components through the use of symbols of love in advertising are determined. The matrix of symbolic space of «love» that was constructed as the result of the researching the patriotic video advertising produced during the years of Ukraine's independence is provided. The official discourse of patriotic advertising functioning is analyzed; the importance of implementing of its own functions by the state as a full participant in the country's information space concerning the patriotic education of citizens is underlined. The necessity of orienting state policies on meanings that are produced by the public in relation to patriotism is emphasized.

Keywords: symbolic space, symbols of love, patriotic advertising, love to the Motherland

В статье рассматривается значение матрицы символического пространства любви для конструирования эффективной рекламы патриотизма. Определяются особенности формирования патриотизма на основе актуализации его эмоционально-мотивационного компонента с помощью использования символов любви в рекламе. Представляется матрица символического пространства любви, сконструированная по результатам исследования видео-рекламы патриотического направления за годы независимости Украины. Анализируется официальный дискурс функционирования патриотической рекламы, подчеркивается важность выполнения государством как полноправного участника информационного пространства страны собственных функций по воспитанию патриотически настроенных граждан. Акцентируется влияние на необходимости ориентации государственной политики на смыслы, которые продуцируются общественностью относительно патриотизма.

Ключевые слова: символическое пространство, символы любви, патриотическая реклама, любовь к Родине

Актуальність наукового, зокрема соціологічного, аналізу механізмів конструювання соціальної символіки, у тому числі патріотизму, зумовлена відсутністю єдиної системи патріотичних символів незалежної України. Підвищена увага до проблеми патріотизму як з боку академічної спільноти, так і з боку громадськості сприяє пошуку його символічного вираження, в тому числі засобами реклами як візуального каналу інформації, оскільки, отримуючи разом з інформацією певні моделі поведінки по відношенню до Батьківщини, реклама патріотизму впливає на формування відповідних психологічних і поведінкових стереотипів.

Матриця символічного простору «любові» є інструментом підвищення ефективності реклами патріотизму на основі актуалізації емоційно-мотиваційного компоненту патріотизму. Символи любові, які об'єднані у матрицю, залежно від їхнього комбінування у символічні комплекси можуть викликати в аудиторії конкретні відчуття та сформувавши певні поведінкові практики відповідно до цілей створення рекламного повідомлення. Сьогодні ми спостерігаємо актуалізацію емоційного аспекту патріотизму українських громадян, що базується на любові до Батьківщини, тоді як поведінково-діяльнісна сфера не задіяна у повній мірі. Оскільки любов до Батьківщини зумовлюється не формальними її характеристиками, а емоційним ставленням до неї, сформованим перш за все сім'єю, використання саме емоційно забарвлених для українців символів любові у рекламі патріотизму сприяє формуванню так званого укоріненого патріотизму, в межах якого відповідне почуття підкріплюється практиками на користь країни, на протипагу існуючому нині декларативному патріотизму.

Зазначимо, що теоретичною основою створення матриці символічного простору любові є напрацювання науковців, дослідницька увага яких спрямована на аналіз символічного простору любові та конструювання реклами. На жаль, символічний простір любові не є повноцінним об'єктом соціогуманітарного дискурсу, що ускладнює його наукове осмислення, в тому числі як інструменту виробництва реклами патріотизму. Тим не менш ми можемо виокремити три групи теоретичних напрацювань, які стали основою для реалізації дослідження, результати якого висвітлюється у цій статті.

Першу групу складають роботи, в яких символічний простір досліджується крізь призму контекстуальності символів (Е. Дюркгейм [1], Дж. Мід [2, с. 206], І. Гофман [3]), його культурних аспектів (Т. Парсонс [4, с. 82],

Л. Уайт [5], Ю. Лотман [6, с. 192]), зконструйованості символічного простору (Е. Касіра [7, с. 159], А. Щюца [8, с. 501]), його колективної природи (К. Юнг [9, с. 64], Г. Блумер [3, с. 174], П. Бергер, Т. Лукман [10]), символізму (Н. Еліас [11], П. Бурдьє [12, с. 80], В. Ільїн [13]). У цьому контексті зазначимо, що обґрунтування статусу соціології символу як самостійного напрямку в соціологічній науці належить О. Кармадонову [11]; розкриття просторово-часового оформлення символічної надреальності – Ю. Леваді [14]. В українській соціології питанням символічного простору присвячені роботи В. Бурлачука [15]. Наголошено, що дослідження символічного простору здійснюється перш за все з огляду на його смислове наповнення. При цьому необхідно підкреслити, що дослідження символічного простору міста, символічного простору художнього твору тощо є доволі розповсюдженими, тоді як символічний простір любові, як зазначалось вище, поки що не став предметом аналізу в соціогуманітарних науках.

Другу групу теоретичних студій з обраної нами проблеми представляють роботи науковців, які вивчали символічне вираження любові (З. Фрейд [16, с. 189], Е. Фромм [17], Н. Луман [18, с. 71]), третю – праці тих авторів, які акцентували увагу на обох зазначених аспектах (Г. Зіммель [19, с. 15], П. Сорокін [20], Е. Гідденс [21]). Спільною рисою напрацювань цих дослідників є вивчення любові як соціальної взаємодії, що реалізується у просторово-часовому континуумі. Крім того, описуючи любов як вид соціальних відносин, дослідники підкреслюють її роль як чинника соціальної інтеграції та гармонізації суспільства. Любов як соціальний феномен є темою багатьох досліджень сучасної західної соціології. Проте праці сучасних зарубіжних науковців, які досліджують цю проблематику, практично не перекладаються українською чи російською мовами [22, с. 451].

У контексті вивчення процесу конструювання реклами патріотизму важливими є напрацювання з психології дизайну реклами як теоретичної основи та визначення ефективності рекламної продукції. Використання символічного простору любові базується в рекламі на працях таких дослідників, як Р. Барт [23], Ж. Бодрійяр [24], У. Еко [25], які розкривали значення символів та специфіку їхнього використання у рекламному продукті. Особливості використання символів у рекламній комунікації досліджуються й на пострадянському просторі, зокрема такими авторами, як В. Ученова [26], Є. Сичова [27], І. Пендікова [28]. Науковий доробок цих авторів дає розуміння того, що реклама

не вичерпується лише наданням аудиторії інформації про «товар» так званим «первинним дискурсом», а має і «вторинний дискурс», який дозволяє вибудовувати цінності індивідів, виражені за допомогою символів. Реклама через символи та моделі поведінки, що відображаються у стереотипізованих формах, впливає на уявлення індивіда і завдяки багаторазовому повторенню може стимулювати зміни в ціннісних орієнтаціях та поведінкових практиках людини. Дослідження символічного простору любові, залишаючись, як зазначалось вище, малочисленими, не торкаються проблематики її застосування в рекламному дискурсі, в тому числі для створення ефективної реклами, яка б формувала почуття патріотизму.

Метою даної статті є виявлення механізмів конструювання реклами патріотизму на основі матриці символічного простору любові.

Щодо методологічної основи нашого дослідження, то вона представлена комбінуванням двох підходів – структурного функціоналізму та структуралістського конструктивізму. Орієнтуючись на напрацювання П. Бурдьє, вважаємо за доцільне зацентрувати увагу на тому, що, застосовуючи структуралістський конструктивізм як методологічний підхід, ми не поділяємо поглядів дослідника на просторову організацію суспільства, зокрема його тлумачення поняття «соціального простору». Французький соціолог не вживає поняття «символічний простір», тому вважаємо за необхідне уточнити відмінності між соціальним і символічним просторами, які є важливими для нашого дослідження. Про перший доцільно вести мову за умови фокусування дослідницької уваги на символічній зумовленості певної позиції людини у конкретному полі в результаті розподілу капіталів. Особистість визначається як соціальна за допомогою символічних індикаторів, що вказують на її позицію у соціальному просторі. При розгляді символічного простору важливими стають власне символи, їхнє конструювання, закріплення, відтворення, а не оперування ними в якості певних механізмів, що визначають взаємодію або позицію у суспільстві. Символічний простір існує як сукупність символів, що вирізняються та відтворюються у соціальному просторі і реалізуються в усіх сферах життєдіяльності. У свою чергу, соціальний простір створюється та перетворюється за допомогою символів, які виробляються самими людьми.

В основу прикладної частини нашого дослідження покладені результати контент-аналізу 69 рекламних відеороликів випуску 2009-2014 рр., здійсненого з метою виявлення набору символів, на яких ґрунтується матриця символічного простору любові.

Почнемо з того, що символізація є обов'язковою для будь-якої взаємодії, у тому числі для любові, оскільки остання засновується на символах, їхньому конструюванні та відтворенні на рівні повсякденних практик. Любов як соціальна взаємодія передбачає закріплення, відтворення та трансформацію символів, завдяки чому існує символічний простір любові. Символічний простір ми визначаємо як надіндивідуальну реальність, у межах якої відбувається виробництво, закріплення та відтворення символів. Він є історично сформований, соціально визначений та соціально продукований феномен, що актуалізується та трансформується суб'єктами суспільного життя в процесі соціальної взаємодії. Тобто матриця символічного простору любові ґрунтується на виробництві, закріпленні та відтворенні символів, пов'язаних з любов'ю як особливим соціальним феноменом.

Символічний простір любові як простір дій відповідних символів дозволяє виділити в ньому поля любові, в межах яких актуалізується значення того чи іншого символу. Користуючись класифікацією полів любові, запропонованою філософом О. Івіним [29], можна виділити поля суб'єкт-суб'єктної і суб'єкт-об'єктної любові, між якими здійснюється постійний обмін смислами. Прикладом останнього є поле любові до Батьківщини.

Хоча за класифікацією полів любові П. Сорокіна [30] патріотизм є вираженням соціальної любові, об'єктом якої виступає Батьківщина, слід зауважити, що любов до Батьківщини не ототожнюється з патріотизмом. Якщо любов до Батьківщини є складною сукупністю почуттів людини, які визначають її ставлення до місця народження та ґрунтуються на ідентифікації з образами «моя сім'я», «мій дім», «моє життя», то патріотизм представляє собою осмислення ставлення до країни проживання, яке, в тому числі, включає повагу до основних державних символів (герб, гімн тощо) та готовність її захищати [31, с. 459]. В сучасній науці існує велика кількість дефініцій патріотизму, проте майже всі вчені визначають сутність цього феномену єдністю почуття та дій, коли зовнішнім вираженням любові до Батьківщини є діяльність на її користь. Зазначимо що, конструювання реклами патріотизму на основі матриці символічного простору любові має за мету формування патріотизму через його чуттєву складову.

Отже, звернемось до аналізу символічного простору любові. Перш за все підкреслимо, що йому притаманна аппрезентаційна трансформація як зміна внаслідок фактору часу значення конкретного символу, перенесення його на інший символ. Символічний простір

любіві відрізняється такими характеристиками, як поєднання соціальності з універсальністю, культурної зумовленості – з контекстуальністю, індукційності – з диверсифікаційністю. З огляду на ці характеристики, можна говорити про гнучкість, а подекуди й відсутність чіткої структурованості процесів у межах символічного простору любові, що втілилось у відповідну матрицю. Зазначені характеристики дають також змогу говорити про матрицю як про конструкт, що включає до себе символи, які початково позбавлені емоційного забарвлення. Використання затребуваних символів дозволяє створити рекламний образ як певну цілісність, відповідно до історичних обставин суспільного розвитку та цільової аудиторії реклами патріотизму, що конструюється.

Основою побудови матриці символічного простору любові є рухливість останнього, що забезпечується взаємним обміном смислів та образів між полями. У разі статичного та сталого характеру цього простору він трансформувалася би в систему формальних символів-знаків та цінностей. При цьому важливо розуміти, що конструювання матриці символічного простору любові носить відносний характер, з огляду на об'єктивні та суб'єктивні фактори. Під першими розуміємо неосяжність всіх символів любові, хоча б через багатозначність любові як феномену. Суб'єктивний фактор пов'язаний з тим, що єдина символічно-смысловая матриця є індивідуальним утворенням, характерним для кожного суб'єкта окремо, а тому різняться за своїм наповненням.

Матриця символічного простору любові, представлена у цій публікації, конструювалась з огляду на культурну прив'язку – українське суспільство, єднання якого є її функцію при застосуванні у рекламі патріотизму. При цьому до уваги брались символи, які використовувались у конструюванні реклами патріотизму протягом років незалежності (до 2014 р. включно). Рекламний дискурс 2015 р. не є завершеним, тому зробити надійний аналіз рекламного продукту за цей рік не виявляється можливим.

Однією з основ побудови матриці символічного простору любові є аналіз існуючих зразків відеореклами, що транслювалась по телебаченню та в Інтернеті в межах офіційного дискурсу. Не дивлячись на здобуття Україною незалежності у 1991 р., перша доступна для перегляду реклама, що була спрямована на формування патріотичних почуттів, датується 2009 роком. Протягом 1991-2008 рр. знайти рекламний продукт відповідної тематики ми не знайшли, що може свідчити про відсутність офіційного рекламного дискурсу

з формування патріотичних почуттів мешканців України. Хоча в офіційних звітах Індустріального телевізійного комітету зазначається наявність соціальної реклами [32], але ця реклама є недоступною для перегляду та пошуку. «Формальне» існування відповідного рекламного продукту і відсутність трансляції його засобами масової інформації, у тому числі мережею Інтернет, дає підстави говорити про нівелювання цінності патріотизму зі сторони державної політики, однією зі складових якої є патріотична реклама, що має потенційну силу змін суспільних еталонів і ціннісних орієнтирів населення. У разі відсутності такої політики не здійснюється профілактика соціальних загроз, не формується позитивне інформаційне поле, відсутність чого позначається на стані громадської думки та самосвідомості населення. Держава як суб'єкт інформаційного ринку, виконуючи функцію залучення населення до категорії патріотично налаштованих суб'єктів, має використовувати в якості інструменту рекламу патріотизму, що містить значний потенціал для вирішення соціокультурних і економічних завдань. Привертаючи увагу до патріотизму як почуття і детермінанти діяльності, вона транслює ідеї та норми, стереотипи поведінки, формує світогляд особистості, її ціннісні орієнтації, що сприяє консолідації українського суспільства та забезпечує його цілісність. Разом з тим, як стверджує дослідник у сфері комунікації Е. Роджерс, патріотичні заклики, що йдуть від правлячих кіл, характеризуються малою ефективністю [33]. Реклама, яка розробляється з ініціативи державних органів, транслює обмежений набір символів любові та не відбиває існуючий стан функціонування серед громадськості поля патріотизму у його рекламному вираженні. Ефективна державна політика у напрямі формування та популяризації патріотичних настроїв можлива при встановленні каналів взаємодії між державою та суспільством задля розуміння структурами влади інтересів, проблем та потреб як населення України в цілому, так і мешканців кожного окремого регіону. У разі невиконання державою цих функцій виникає загроза трансформації патріотизму у сепаратизм. Відсутність усвідомлення українцями себе громадянами країни актуалізує прагнення до відокремленості та свідчить про дисфункцію державної політики з питань патріотичного виховання. Наочним прикладом такої дисфункції є ситуація з Автономною Республікою Крим, мешканці якої, перебуваючи 60 років у складі України, орієнтуються на Російську Федерацію. Кримський сепаратизм актуалізовано політичними, соціальними та економічними проблемами

ми, ускладненими підвищенням рівня міжетнічної напруги [34, с. 83]. Офіційний дискурс патріотизму, який відтворювався у Криму владними структурами України, залишався поверховим, існуючи формально та уособлюючись у шануванні державних символів, не маючи під собою емоційної основи.

Для наочності універсальності символічного простору любові і наявності передумов задля насичення офіційного дискурсу символами любові в інформаційному полі наведемо приклад активізації комерційного дискурсу, де символічний простір любові є основою побудови реклами продукту або послуги. До таких рекламних продуктів відноситься серія відеореklam мобільного оператора «Київстар», виробника алкогольних напоїв «Оболонь» та ін. Продукція торгових марок «Торчин», «Олейна», пиво «Чернігівське», «Славутич», «Львівське», цукерки «Світоч» [35] протягом рекламної кампанії позиціонувались з урахуванням національної тематики. У цих рекламних роликах однозначний зв'язок любові, у тому числі до Батьківщини, з тим товаром, який рекламується, відсутній. Проте вмале конструювання реклами з урахуванням символічного простору любові, окрім того, що впливає на конкретну цільову групу, може сприяти формуванню патріотичних настроїв.

Як було зазначено вище, офіційний дискурс є однією, але не єдиною основою побудови матриці символічного простору любові. Іншою основою є громадський дискурс. Французький дослідник П. Нора, одним з напрямів наукових пошуків якого було вивчення «місць пам'яті» як засобів підтримання спільної ідентичності, за символічною складовою виділив два їхні різновиди – домінуючі та домінуємі (навод. за: [36, с. 440]). Домінуючі – це місця тріумфальних офіційних церемоній, що визначаються офіційною державною політикою. На противагу ним, домінуємі місця пам'яті пов'язані з певними емоційними переживаннями, до них людина звертається за власним бажанням. Такий розподіл місць пам'яті, які ми вважаємо одними зі символів любові до Батьківщини, може бути застосованим до реклами патріотизму і символів, що транслюються нею. На цій основі ми розмеж-

уємо офіційний рекламний дискурс і той, що відтворюється громадськістю.

Врахування громадського дискурсу важливе тому, що символічний простір любові, уособлюючись у рекламі і надалі конструюючись споживачами, залежить від тих уявлень, цінностей та думок, що панують серед членів спільноти. Тому побудова матриці символічного простору любові здійснювалась нами на основі масиву відеореklam патріотичного спрямування, представленого на Міжнародному фестивалі соціальної реклами «Інший погляд» (2011-2014 рр.) та Фестивалі соціальної відеореklam «Molodiya festival» (2012-2014 рр.). До уваги бралась реклама, створена в Україні за всі роки існування фестивалів. Зазначимо, що діючі в Україні Національний фестиваль соціальної реклами і Український студентський фестиваль реклами не дозволили проаналізувати присутні на них роботи через їхню непередставленість на офіційних сайтах заходів та відсутність у мережі Інтернет.

Говорячи про ефективну рекламу патріотизму, зазначимо, що вона можлива у разі

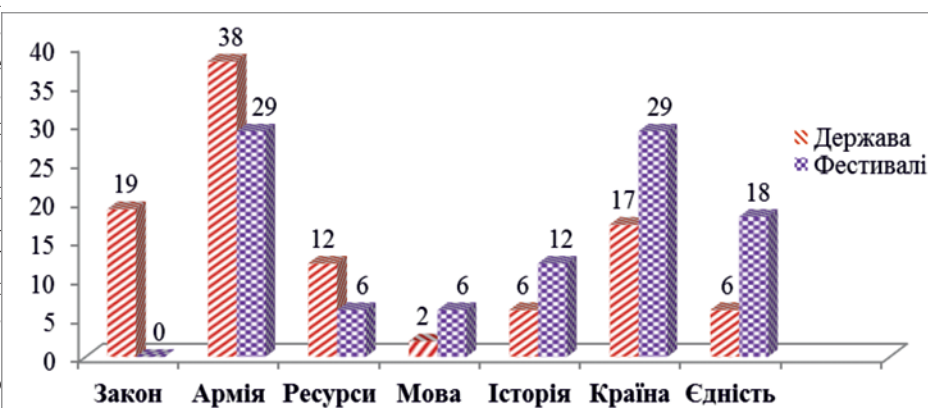


Рисунок 1. Фокуси уваги патріотичної реклами (2009-2014 рр.), представлені в офіційному (державна) та громадському (фестивали) дискурсі (у %)

зважання на «неофіційний» дискурс, оскільки дає змогу транслювати існуючі в країні цінності та настрої. Громадська думка безпосередньо оперує не «речами» та явищами соціального життя, а знаками та символами, що їх представляють [14, с. 7], тому, щоб стати соціально значущою, цінність повинна бути представлена в якості символу, тобто матеріально або чуттєво зафіксована. Відповідно, співвіднесення символів з їхнім ціннісним наповненням робить рекламу «ближчою» до споживача, впливає на виникнення у нього почуття патріотизму як детермінанти поведінки.

Порівняння символічного простору любові, що застосовується у рекламі патріотизму в межах державного офіційного дискурсу, та

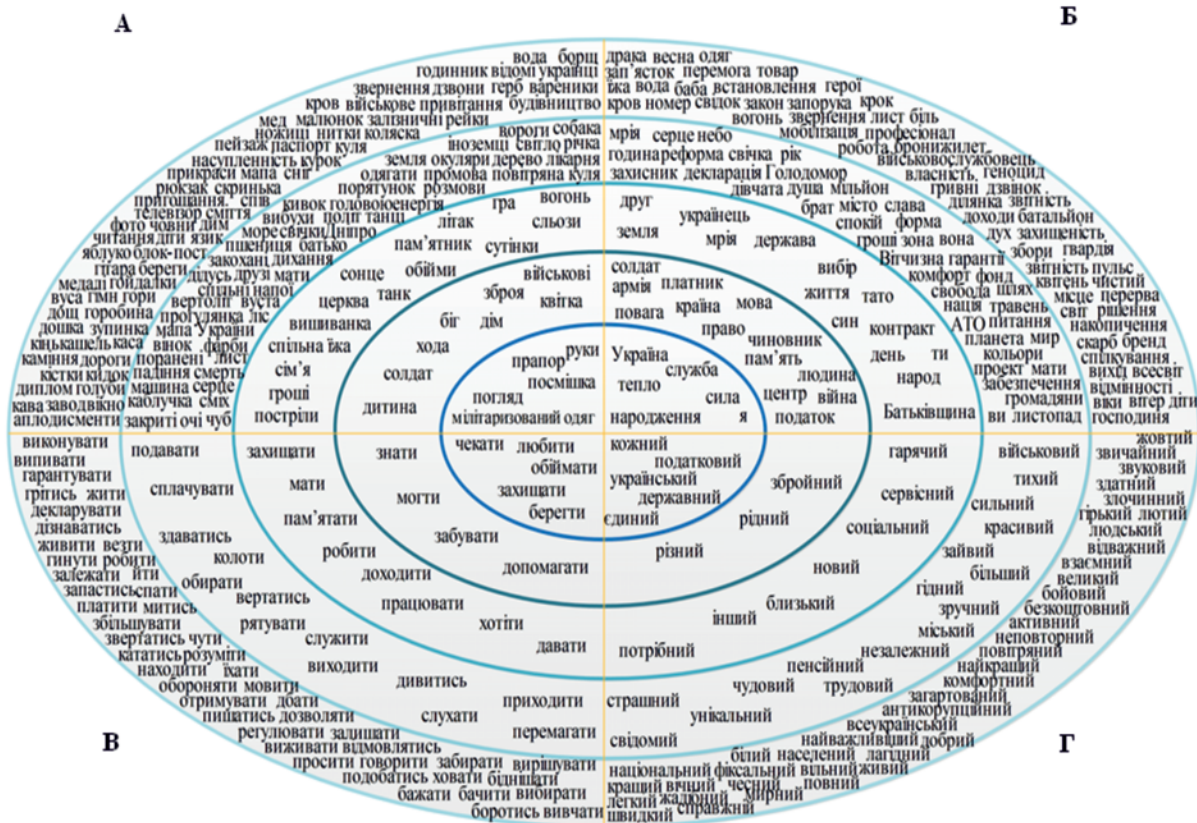


Рисунок 2. Матриця символічного простору любові

того, який транслюється у рекламному продукті, створеному громадськістю, виявило суттєві відмінності між символами, що ними використовуються. Відносячи до патріотичної реклами таку соціальну рекламу, яка спрямована на формування і підтримання патріотичних настроїв населення [37, с. 156], залежно від того, на який компонент патріотизму реклама спрямована, нами виділено такі тематичні категорії (див. рис. 1).

Як бачимо реклама, що представлена громадськістю на фестивалях, у більшій мірі відображає потребу у відчутті єдності, приводи для гордості за Україну, вшануванні історичних подій та популяризацію мови. У офіційному державному дискурсі увага зосереджується на інформуванні населення про законодавство України, раціональне споживання ресурсів тощо. Зростання частки рекламного продукту про українську армію, що спостерігається протягом 2014 року, пояснюється сьогодишніми подіями на території країни. В період стабільного розвитку суспільства патріотичність символізується, наприклад, зі справною сплатою податків, повагою до культурних зразків тощо. В ситуації ведення бойових дій цих символів вже недостатньо, актуалізуються символи готовності захищати Батьківщину від ворогів, що і стає основним показником любові до неї. Переважна спрямованість державної реклами на «формаль-

ні» патріотичні символи, які мають недостатнє емоційне забарвлення, свідчить, на нашу думку, про незацікавленість та нерозуміння важливості формування почуття любові до Батьківщини з боку офіційних кіл.

Представляючи візуалізацію матриці символічного простору любові, зазначимо, що її побудова здійснювалась за таким алгоритмом. Аналіз відеороликів ґрунтувався на існуванні трьох основних категорій символів: текстові (слоган, написи у відео), аудіальні (промова учасників, закадровий голос) та поведінкові (учасники роликів та їхні дії). У межах кожної категорії визначена частота зустрічі символу в рекламному продукті. Залежно від частоти використання, символи кожної з категорій розподілено на групи, які у подальшому утворюють матрицю символічного простору любові. Зазначимо, що текстові та аудіальні символи були об'єднані на цьому етапі в одну категорію, оскільки у більшості рекламних роликів вони дублюються (текстові написи у відео проговорюються закадровим голосом; промова учасників відображається на екрані у текстовій формі). Візуальні текстові символи підкріплюються аудіальними, за умови аналогічності яких можливе зростання ефективності реклами. Поведінкові символи транслюють моделі поведінки, які споживач переймає на себе через споглядання реклами. При побудові матриці враховува-

лись не тільки конкретні практики та безпосередньо візуальні символи, а й те, хто їх здійснює (див. рис. 2.).

Матриця складається з п'яти кіл, між якими символи розподілені залежно від частоти їхнього згадування у рекламних роботах. Центральне коло є ядром символічного простору любові, а символи, що розміщені в ньому, більше за інші актуалізовані у споживачів патріотичної реклами 2009-2014 рр. Усі кола поділені на чотири сектори залежно від форми символу: А – візуальні, поведінкові символи; Б – візуальні текстові, аудіальні, виражені іменником; В – візуальні текстові, аудіальні, виражені дієсловом; Г – візуальні текстові, аудіальні, виражені прикметником. Такий розподіл на сектори ми здійснили з огляду на ту роль, яку виконує конкретна частина мови: дієслова актуалізують потребу у дії, використання прикметників дозволяє сформуванню асоціативний ряд з тим іменником, з яким вони вживаються у словосполученні.

Особливістю матриці символічного простору любові є її гнучкість. Поєднання наведених у ній символів у символічні комплекси з подальшим зображенням їх у рекламному зразку може конструювати в аудиторії конкретні відчуття та стимулювати певні поведінкові практики. Наприклад, обійми + сім'я + прогулянка + повітряна куля = щастя; повітряна куля + посмішка + біг + сонце = захопленість; сонце + залізничні рейки + поле = невідомість; поле + пшениця + небо + мілітаризований одяг + хода + руки = велич; руки + мілітаризований одяг + дихання + закриті очі + вуста + темрява = віра тощо. Символічні комплекси були зконструйовані у відповід-

ності до мети створення рекламного продукту, що робить наведену матрицю відображенням символічного простору любові, яка застосовується до реклами патріотичного спрямування незалежно від фокусу її уваги.

Таким чином, дослідження символічного простору любові, що використовується при конструюванні реклами патріотизму, дозволяє встановити існуючі ціннісні позиції українців по відношенню до своєї Батьківщини, виражені символічно. Нині в Україні відсутнє чітке розуміння патріотизму, який хоч і сформований як почуття, не знаходить свого повного відображення у практичній площині. Матриця символічного простору любові, на наш погляд, є ефективним механізмом конструювання реклами українського патріотизму, яка, у свою чергу, сприяє формуванню патріотичної налаштованості українців завдяки актуалізації емоційно-мотиваційного компоненту патріотизму – любові до Батьківщини. Відсутність єдиної символічної системи, яка б виражала любов до Батьківщини, відкриває можливість для подальшої роботи у цьому напрямку, в першу чергу, щодо конструювання символічної основи українського патріотизму з урахуванням тих «традиційних» символів, які вже існують у суспільстві, та з додаванням сучасних, затребуваних відповідно до вимог сьогодення. Одним з механізмів формування патріотичної поведінки є створення реклами відповідної тематики на основі символів любові до Батьківщини, яка сприятиме стабілізуючому, соціалізуючому, інтегруючому та мобілізаційному ефектам. Зазначені аспекти є полем для подальших наукових досліджень з обраної нами проблематики.

Література

1. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни. Тотемическая система в Австралии / Э. Дюркгейм. – пер. А. Б. Гофмана // Мистика. Религия. Наука. Классики мирового религиоведения. Антология / Сост. А. Н. Красникова. – М. : Канон+, 1998. – С. 174-230.
2. Кравченко Е. И. Джордж Герберт Мид : философ, психолог, социолог / Е. И. Кравченко. – М. : МГЛУ, 2006. – 315 с.
3. Огаренко Т. Символ в социологической теории / Т. Огаренко, Л. Скидан // Социология : теория, методы, маркетинг, 2009. – № 3. – С. 169-182.
4. Кармадонов О. А. Роль и место символа в социологии Толкотта Парсонса / О. А. Кармадонов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – № 3. – Т. 7. – С. 73-88.
5. Уайт Л. А. Символ : происхождение и основа человеческого поведения / Л. Уайт // Работы Л. Уайта по культурологии (сборник переводов). – М. : ИНИОН РАН, 1996. – 445 с.
6. Лотман Ю. М. Избранные статьи / Ю. М. Лотман – Таллин : «Александра», 1992. – 247 с.
7. Кассирер Э. Философия символических форм. Том 3. Феноменология познания / Э. Кассирер. – М., СПб. : Университетская книга, 2002. – 398 с.
8. Шюц А. Избранное : Мир, светящийся смыслом / А. Шюц. – пер. с нем. и англ. – М. : «Российская политическая энциклопедия», 2004. – 1056 с.
9. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. Сост. А. Руткевич. – М. : Ренессанс, 1991. – 297 с.
10. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
11. Кармадонов О. А. Социология символа / О. А. Кармадонов. – М. : Academia, 2004. – 352 с.
12. Бурдые П. Социология социального пространства / П. Бурдые. Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М. : Институт экспериментальной социологии; СПб. :

- Алетейя, 2007. – 288 с.
13. Ильин В. И. Теория социального неравенства (структуралистско-конструктивистская парадигма) / В. И. Ильин. – М. : Институт Социологии РАН, 2000. – 348 с.
 14. Левада Ю. Люди и символы : символические структуры в общественном мнении / Ю. Левада // Мониторинг общественного мнения. – 2001. – № 6. – С. 7-13.
 15. Бурлачук В. Символические системы и конституирование социального смысла / В. Бурлачук // Социология : теория, методы, маркетинг, 2004. – № 3. – С. 147-155.
 16. Первушина Н. А. Феномен символа : концептуальные проблемы исследования / Н. А. Первушина // Вестник ТГПУ. – 2011. – № 11 (113). – С. 187-190.
 17. Фромм Э. Душа человека, ее способность к добру и злу / Э. Фромм. Перевод В. А. Закса. – М. : Аст, Астрель, 2010. – 256 с.
 18. Мартинов А. Ю. Исторична соціологія (циклічна парадигма) / А. Ю. Мартинов. – К. : УІАД «Рада», 2004. – 288 с.
 19. Горбунова М. Ю. Эмоции как объект социологических исследований : библиографический анализ / М. Ю. Горбунова, Л. А. Фиглин // Социологические исследования. – 2010. – № 6. – С. 13-22.
 20. Сорокин П. А. Символы в общественной жизни / П. А. Сорокин. – Рига : Наука и жизни, 1913. – 48 с.
 21. Гидденс Э. Устройство общества : Очерк теории структуризации / Э. Гидденс. – М. : Акад. Проект, 2003. – 528 с.
 22. Кабанец Т. Дослідження феномену кохання в сучасних соціологічних теоріях / Т. Кабанец // Соціальні виміри суспільства. – К. : Інститут соціології НАН України. – 2012. – Вип. 4 (15). – С. 450-463.
 23. Барт Р. Избранные работы : Семиотика : Поэтика / Р. Барт. Сост. Г. К. Костикова. – М. : Прогресс, 1989. – 616 с.
 24. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. Пер. с франц. С. Н. Зенкина. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
 25. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. Пер. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резник. – СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.
 26. Ученова В. В. Философия рекламы / В. В. Ученова. – М. : Гелла-Принт, 2003. – 208 с.
 27. Сычева Е. С. Магия символов – символы в рекламном творчестве / Е. С. Сычева // Реклама : культурный контекст. – М. : РИП-холдинг, 2004. – С. 81-93.
 28. Пендикова И. Г. Архетип и символ в рекламе / И. Г. Пендикова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 303 с.
 29. Ивин А. А. Многообразный мир любви / А. А. Ивин // Философия любви. В 2 т. / Сост. А. А. Ивин / Под общ. ред. Д. П. Горского. – М. : Политиздат, 1990. – Т. 1 : Философия любви – С. 380-509.
 30. Levin J. The Sorokin Multidimensional Inventory of Love Experience (SMILE) : Development, Validation, and Religious Determinants / J. Levin, B. H. Kaplan // Review of Religious Research. – N.Y., 2010. – Vol. 51, N 4. – P. 380-401.
 31. Масюк О. П. Любов до Батьківщини як складова соціального виховання / О. П. Масюк // Соціальне програмування патріотичного виховання молоді : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції з питань патріотичного виховання молоді. – 23-24 листопада 2011 р. – Запоріжжя, 2011. – С. 458-450.
 32. Социальная реклама [Электронный ресурс] : Индустриальный телевизионный комитет. – Режим доступу. : <http://www.itk.ua/ru/page/social-advertising>
 33. Роджерс Е. М. Дифузія інновацій / Е. М. Роджерс. Пер. з англ. В. Старка. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 591 с.
 34. Белицер Н. Крым как регион потенциального конфликта / Н. Белицер, О. Бодрук // Этнические и региональные конфликты в Евразии. – М. : Изд-во «Весь мир», 1997. – С. 81-87.
 35. Голоднікова Ю. А. Національно-культурні стереотипи в українській телевізійній рекламі / Ю. А. Голоднікова // Культура народів Причорномор'я. – 2005. – № 69. – С. 5-7.
 36. Кулик М. А. Місця пам'яті у патріотичному вихованні / М. А. Кулик // Соціальне програмування патріотичного виховання молоді : матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції з питань патріотичного виховання молоді. – 23-24 листопада 2011 р. – Запоріжжя, 2011. – С. 438-440.
 37. Ромат Е. В. Реклама : учебник для вузов. / Е. В. Ромат. – СПб. : Питер, 2009. – 512 с.

Соціологічна освіта

УДК 316.2:378.091.3

Ида Ковалева*кандидат философских наук, профессор кафедры социологии
Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина***Ida Kovaleva***PhD in Philosophy, Professor of the Department of Sociology
at V.N. Karasin Kharkiv National University*

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ПОДГОТОВКИ И ПРЕПОДАВАНИЯ УЧЕБНОГО КУРСА «СОЦИОЛОГИЯ ТЕЛА»

В статье подводятся некоторые итоги подготовки и преподавания учебного курса «Социология тела». Акцентируется внимание на содержательных особенностях данного курса, в частности его теоретической базе. Приводятся аргументы в пользу важности и актуальности избранной проблематики в историко-социологическом контексте. При этом особое внимание уделяется используемым в рамках чтения курса визуальным методическим приемам, в том числе демонстрации произведений искусства, раскрывающих проблему тела в социуме, которые могут быть проинтерпретированы в системе символов. Подчеркивается, что использование таких приемов содержательно обогащает курс, повышает его эффективность и значимость в контексте подготовки будущих социологов-профессионалов.

Ключевые слова: телесность в структуре мира, социология тела, факторы становления и развития концепции, проблема тела в историко-социологическом контексте, особенности учебного курса.

This article summarizes some of the results of developing and teaching the course «Sociology of the body». The attention is focused on content features of the course, in particular, its theoretical basis. Arguments in favor of the importance and relevance of selected issues in historical and sociological context are provided. Special attention is paid to the visual methodical techniques used in the framework of the course including demonstration of works of art that reveal the problem of a body in society, which can be interpreted in a system of symbols. It is emphasized that the use of such methods enriches the content of the course, increases its efficiency **and relevance in the context of educating future professional sociologists.**

Keywords: physicality in the structure of the world, sociology of the body, the factors of the formation and the development of the concept, the problem of the body in the historical and sociological context, features of academic course.

У статті підводяться деякі підсумки підготовки та викладання навчального курсу «Соціологія тіла». Акцентується увага на змістовних особливостях даного курсу, зокрема його теоретичної бази. Наводяться аргументи на користь важливості та актуальності обраної проблематики в історико-соціологічному контексті. При цьому особлива увага приділяється візуальним методичним засобам, які використовуються в межах викладання курсу, в тому числі демонстрації творів мистецтва, що розкривають проблему тіла в соціумі та можуть бути інтерпретовані в системі символів. Підкреслюється, що використання таких засобів змістовно збагачує курс, підвищує його ефективність та значущість у контексті підготовки майбутніх соціологів-професіоналів.

Ключові слова: тілесність у структурі світу, соціологія тіла, чинники становлення та розвитку концепції, проблема тіла в історико-соціологічному контексті, особливості навчального курсу.

Особенности учебного курса «Социология тела» следует из специфики возникновения и развития интереса к проблеме тела в условиях социума. Подчеркнем, что данная проблема занимала и занимает особое место в этносоциологии и социологии культуры, в рамках которых акцентируется внимание на модификации телесности в той или иной социокультурной реальности. Проблема тела и пола актуализирована в гендерных исследованиях, социологии спорта и физической культуры, в социологии медицины, антропологии и других социогуманитарных науках.

Интерес к проблеме тела, «взращенный» этими и другими областями научного знания, привел к возникновению новой отрасли социологии – социологии тела (Sociology of the body). Этому способствовали два основных фактора:

1. Развитие постмодернизма с его интересом к «социальному» человеку (прежде всего произведения М. Фуко и Ж. Бодрийяра).

2. Быстрое и бурное развитие биомедицины и биотехнологий, реагирующих на такие проблемы в обществе, как СПИД; полемика об абортах, эвтаназии, суррогатных матерях и судьбах рожденных ними детей. Вопросы аборта, порнографии, СПИДа, экспериментирование с эмбрионами, использование препаратов в спорте и развитие генной инженерии – все это повышает интерес к проблеме тела у населения и ставит новые задачи перед социологами.

Взросшее внимание к проблемам тела определяется также развитием сервиса, многочисленными рекомендациями по снижению веса, актуализацией нетрадиционной медицины, а также отношением к телу как к выражению индивидуальности.

На социологическом факультете Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина интерес к курсу «Социология тела» первоначально был спровоцирован проведением мастер-классов профессора Л. Г. Ионина и изданными по их итогам сборниками эссе слушателей этих мастер-классов «Постмодерн: новая магическая эпоха». В центре внимания трех выпускников сборника оказались вопросы трансформации гендера и обратимости смерти [11, 14, 15]. На кафедре социологии были подготовлены «Программа и методические материалы по курсу «Социология тела»» для студентов магистратуры социологического факультета. Курс вызвал большой интерес у студентов, особенно у той части заочников, которых профессионально интересовали вопросы тела, жизни и смерти, секса и т.д. Речь идет о студентах, получавших второе высшее образование (в частности

после медицинского института).

Обращаясь к реальной практике чтения учебного курса «Социология тела», мы акцентировали внимание на актуальных и принципиально важных проблемах, отражающих место и значимость телесности в социуме. Многоаспектность содержания данной проблемы предопределяет необходимость обращения к междисциплинарным и историко-социологическим материалам. В дальнейшем, работая над содержанием курса, обсуждая с коллегами наиболее важные и актуальные проблемы, мы пришли к выводу о том, что, возникнув как определенный синтез идей, связанных с различными сферами знания, выдвинув и обосновав ряд принципиально новых идей и теоретических положений, социология тела оказывает серьезное влияние на развитие других социологических теорий, высвечивая новые аспекты анализа социокультурной реальности.

Целью данной публикации является изложение теоретических основ курса «Социология тела».

Реализуя эту цель, подчеркнем, что при разработке данного курса мы акцентировали внимание на работах М. Фуко и Ж. Бодрийяра. Это естественно, поскольку именно этих авторов можно назвать фундаторами социологии тела.

Вспомним, что, начиная с 60-х годов XX в., во Франции уделяется повышенное внимание к данной проблеме. Ключевую роль в развитии социологии тела, несомненно, сыграл Мишель Фуко (1926-1984). Он ввел понятие «политическая анатомия тела», полагая, что тело индивидуального субъекта представляет собой тот материал, к которому прежде всего обращены формы социального контроля и дисциплины, это оказывает влияние на жизнь человека в целом. М. Фуко анализировал многообразные методы принуждения тела; формы и методы управления людьми с помощью их собственного тела, что позволяет вмешиваться в самые интимные стороны личной жизни человека [19, 20, 21].

С 1995 г. во Франции издается журнал «Тело и общество», на страницах которого тело рассматривается как физическая форма индивидуального бытия, которая одновременно является социальным продуктом, поскольку человеческие способности хотя и предопределены биологией во многом обусловлены культурными детерминантами и социальным влиянием.

В контексте разработанного нами курса подчеркивается, что возрастающий интерес к социологии тела определяется, в том числе, влиянием феминизма и постмодернизма.

Феминистские теоретические изыскания обратили внимание на стереотипное использование женского тела и его частей в рекламе и порнографии, на различие между мужскими и женскими идеалами тела в европейской культуре, проповедуя радость познания тела и его свободного самовыражения.

Представляя постмодернистский теоретический дискурс, Ж. Бодрийяр в работе «Символический обмен и смерть» детально анализирует проблему тела в разных аспектах: тело как кладбище знаков; структурирование и отрицание тела системой знаков; модели тела в медицине и религии. В работе «Соблазн» он говорит об эклектике пола, страхе обольщения и женственности. В «Системе вещей» акцентирует внимание на проблеме стиля, тела и моды. Он подчеркивает, что тело становится предметом любви и капитала, который необходимо преумножать. Ж. Бодрийяр говорит о необыкновенном «наваждении», которое создано вокруг тела. Новизна ситуации заключается в том, что человек оказывается подключенным к своему телу. Культ тела выступает как навязчивая забота в поисках вечного отдаления смерти и сохранения утопической молодости. Проблема тела рассматривается французскими учеными во взаимосвязи с его положением о том, что человек погружен в систему знаков и символов, оторванных от собственно личностных или родовых символов; это знаки дегуманизированной культуры, в которой человек отчужден [2, 3, 4, 5].

Проблематика работ Ж. Бодрийяра, включенная в общую теоретическую концепцию символического обмена и смерти, поражает своей многообразностью: тело с меткой, вторичная нагота, модели тела, демагогия тела и т.д. Используя три типа дискурсов (экономический, психоаналитический и лингвистический), он убедительно доказывает, как современное социальное знание пытается замаскировать амбивалентность жизни и смерти.

Рассматривая социологию тела как новую отрасль социологического знания, мы не могли обойти вниманием работы психологов, в которых акцентируется внимание на недопустимости пренебрежительного отношения к телу. Так, например, С. Холл и Линдсей в работе «Теория личности» детально анализируют конституционную психологию Шелдона, в которой особая роль отводится характеристике телосложения. Авторы подчеркивают: «В теории Шелдона ярко и энергично выражена идея о том, что структура тела играет важную роль как первичная детерминанта поведения. Кроме того, он определяет ряд объективных переменных, которые могут служить плацдармом для описания телосложения и пове-

дения» [23, с. 381]. Авторы подчеркивают достоинства и недостатки такого подхода.

В современных условиях активного становления и развития новых социологических парадигм все больший интерес представляют идеи неклассической социологии, где центральным звеном выступает человек во всем многообразии его бытия, что провоцирует особый интерес к проблеме тела, поскольку важнейшими категориями становятся «жизненные силы» и «жизненное пространство» человека как биопсихосоциального существа, субъекта общественных отношений.

В контексте социологии тела активно анализируется язык тела – коммуникация посредством жестов, поз и других невербальных знаков, с помощью которых стабилизируется и кристаллизируется субъективность.

И. Гофман, исследуя позиционирование тела в социальных столкновениях, рассматривает также основополагающие характеристики тела, обладающие социальными значениями, как уязвимость и утонченность, ограниченность перемещения во времени и пространстве. При этом он подчеркивает, что общество должно сохранить базисные условия для здоровья, благосостояния и воспроизводства человеческих тел [10].

Разрабатывая курс «Социология тела», мы обратили внимание на идеи Альфреда Шюца, который, анализируя детерминанты биографической ситуации, также выходит на проблему тела, связывая её с вопросами времени и пространства, утверждая, что «мое собственное тело – это обжитое пространство (*espase vecu*)».

А. Шюц пишет: «Прежде всего, в мире существует один привилегированный объект, который присутствует, если не аппрецирует в каждый момент моей сознательной жизни, а именно, мое собственное тело. Это, так сказать, «носильщик» моих органов чувств, на него воздействуют другие объекты, и, следовательно, оно занимает привилегированное положение. Это «средство» моих движений и передвижений, «инструмент», посредством которого я могу воздействовать на внешний мир и изменять его, воздействуя на другие объекты, и в этом отношении оно опять же является привилегированным. Однако способ выказываться о моем теле как «носильщике», «средстве» и «инструменте» опасен и опрометчив. Я и есть мое тело и его чувственные восприятия, Я и есть моя рука, хватающая те или иные объекты. Мое тело является формой манифестации моей личности во внешнем мире. Все это было тщательно и блестяще проанализировано Сартром и Мерло-Понти, которые продолжили усилия А. Бергсона,

Э. Гуссерля, М. Шелера и М. Хайдеггера. В наши намерения не входит давать обзор их открытий или осуществлять обстоятельное феноменологическое описание восприятия нашего собственного тела. Мы лишь хотим сделать несколько ремарок, касающихся структурирования непроблематизируемого мира, основанных на этом важнейшем восприятии» [24, с. 375-376].

А. Шюц подчеркивает, что тело обеспечивает непосредственную данность, важную для понимания структуры жизненного мира личности. Отталкиваясь от характеристики тела, социолог выходит на проблему проблематизированных и непроблематизированных элементов, доминант биографической ситуации и повседневности, обогащая своими рассуждениями наши представления о месте и роли тела в структуре жизненного мира.

Теоретическую базу курса «Социология тела», несомненно, обогащают идеи немецкого социолога Юргена Хабермаса. Он широко известен не только своими работами, но и активной полемикой с учеными, представляющими различные отрасли социогуманитарного знания. Наиболее фундаментальные достижения Ю. Хабермаса представлены в его теории социальной коммуникации. Однако в контексте избранной нами проблематики мы хотим обратить внимание на его работу «Будущее человеческой природы. На пути к либеральной евгенике?» [22]. В ней рассматриваются вопросы клонирования, ставятся морально-нравственные проблемы, актуализированные практикой геномной инженерии. В докладе «Вера и знание», вошедшем в названную выше работу, сосредоточено внимание на проблеме сосуществования в современном обществе религиозного и научного мышления.

Рассматривая важнейшие вопросы развития общества, Ю. Хабермас пишет: «В рамках демократически конституированного плюралистического общества, в котором каждому гражданину на основании автономного образа жизни полагаются равные права, практика улучшающей евгеники не может быть легитимирована, потому что селекция желательных предрасположенностей априори не свободна от заранее принятого решения относительно определенных жизненных планов» [22, с. 80]. При этом он настаивает на необходимости телесной целостности эмбриона, что является принципиально важным для анализа и понимания проблемы тела.

Совсем в другом ключе интересуют проблемы тела английского социолога Энтони Гидденса. В работе «Устройство общества», в частности в 1-ой главе, которая называется «Элементы теории структуриации», есть под-

раздел «Время, тело, взаимодействие». Интерес к различным аспектам этой проблемы проходит фактически через все произведение. Рассматривая протяженность повседневной жизни, характеризуя повседневный опыт через «обратимое время», а отрезок жизни индивида через «необратимое время», он выходит на характеристику тела.

Э. Гидденс утверждает: «Эти рассуждения весьма значимы для понимания взглядов, изложенных в настоящей книге. Тело представляется нам «локусом» (ключевой точкой) действующей самости, однако последняя не является только расширением физических свойств и характеристик организма как его «носителя». Построение теории самости предполагает обращение к понятию мотивации... и соотнесение мотивации со взаимосвязями между бессознательными и сознательными качествами деятеля. «Самость» не может быть понята вне контекста «истории», рассматриваемой в данном случае как временность (темпоральность) человеческих практик, выраженная во взаимной интерполяции трех обозначенных нами измерений» [9, с. 83].

Особую роль в изучении особенностей тела играет работа Э. Гидденса «Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизм в современных обществах» [8]. Её основная идея заключается в следующем: самые интимные отношения людей претерпели качественные изменения, трансформацию, превратившись из социального института в инструмент эмоциональной самореализации личности. Близкие отношения стремительно освобождаются от общих для всех правил, норм и ролевых предписаний, чаще всего они регулируются исключительно представлениями личности, ориентированной на то, чтобы получить удовольствие и самореализоваться.

Для социологической характеристики и пояснения смысла интимности используются три термина: «пластическая сексуальность», «чистые отношения», «любовь – слияние». Результат сексуальной революции – возникновение сексуальности, освобожденной от давления культурных норм, связанных с репродуктивностью, «появление женской сексуальной автономии» и «расцвет гомосексуальности». Пластическая сексуальность не является чем-то природным и заданным в своей нормативности. Разрушается инстинкт, формируется личностная характеристика, личностный ресурс «Я – концепции», один из компонентов собственного жизненного стиля.

Э. Гидденс выделяет три основных вида любви, которые представлены в истории человечества: любовь-страсть, романтическая любовь и любовь-привязанность. В работе

дается подробная характеристика каждого вида, при этом раскрывается его связь с развитием культуры.

Современные мужчины и женщины, вступающие в брак, ждут прежде всего сексуальной удовлетворенности, это ключевой аспект супружеской жизни. С точки зрения Э. Гидденса, главный результат трансформации института брака заключается в том, что традиционные факторы утрачивают свою значимость, а межличное общение способствует выработке норм на основе рефлексивности, идентичности, пластической сексуальности.

Совершенно иной аспект анализа и характеристики проблемы тела представлен в трудах немецкого социолога Норберта Элиаса. Он называет свою концепцию фигурационной социологией, подчеркивая, что сегодня меняется не столько общество, сколько социальные «конфигурации», которые «являются результатом интеракций взаимозависимых индивидуумов. Элиас формулирует эту идею, опираясь на многочисленные и разнообразные источники. Он доказывает, что изменение поведения людей в обществе происходит под влиянием исторических изменений в регулировании тела, его изучения в качестве среды коммуникации через жесты, позы, косметику и одежду. В этом контексте Элиаса привлекает не «высокая культура», а прежде всего простейшие нормы поведения, следующие из отправления телесных функций. Он прослеживает увеличение дистанции по отношению к телам других людей и к собственному телу. В данном случае достаточно назвать тематику материалов в его работе «Процесс цивилизованности» (1939): «О поведении за едой», «О трансформации отношения к естественным потребностям», «О сморкании», «О плеваньи», «О поведении в спальне», «О трансформации взглядов на отношения между мужчиной и женщиной», «О трансформации агрессивности» [13].

Приводя конкретный материал, анализируя его, Элиас делает вывод о взаимоотношении между европейским государственным формированием и изменениями в индивидуальных образцах поведения, включая новые формы этики и самообладания. Цивилизация рассматривается Элиасом как движение, происходящее независимо от проектов и волеизъявления людей. Этот процесс тесно взаимосвязан с развитием тела, которое выступает как физическая форма индивидуального человеческого бытия.

При подготовке учебного курса «Социология тела» нельзя игнорировать и работу З. Баумана «Текущая современность», в которой анализируется тело потребителя. Бауман пи-

шет: «Жизнь, организованная вокруг роли производителя, имеет тенденцию быть нормативно регулируемой. Есть определенный минимум потребностей, позволяющий выжить и иметь возможность делать все, чего требует роль производителя, но существует также и верхний предел, о котором человек может мечтать, желать и добиваться, рассчитывая в то же время на социальное одобрение собственных амбиций без боязни быть осужденным и подвергнутым критике» [1, с. 84].

З. Бауман показывает, что жизнь, организованная вокруг потребления, предполагающая роскошь, организована совсем иначе. Важна собственная успешная жизнь, поскольку «... общество потребителей – это общество всеобщего сравнения, в котором небо – единственный предел» [1, с. 84].

Помещая тело потребителя в «текущую современность», З. Бауман показывает, какую роль в обществе играет покупка, которая выступает как ритуал. «В потребительском обществе всеобщая потребительская зависимость – универсальная зависимость от покупок – это обязательное условие всей индивидуальной свободы; главным образом свободы отличаться, «иметь идентичность» [1, с. 92].

Таким образом, даже небольшой экскурс в историю развития и становления такой области знания, как социология тела, свидетельствует о том, что идеи, появляясь в различных сферах знания, в дальнейшем под влиянием социальных событий и новых технологий в естественных науках привлекают внимание известных социологов, положивших начало новой области социологического знания. Сегодня развитие теоретической социологии во многих случаях предопределяется включением в ее контекст телесной проблематики. Особое значение приобретает также осмысление актуализации социологии тела в историко-социологическом ключе, во взаимосвязи с проблемой времени и пространства.

В современных условиях особое внимание следует обратить и на источники несколько другого плана. Речь идет о сборнике статей и эссе под общим названием «В тени тела», который посвящается анализу различных аспектов современных телесных практик и репрезентации тела. В аннотации книги подчеркивается, что, «несмотря на то, что тело – увлекательный и завораживающий предмет исследования, внимание отечественных ученых – гуманитариев только начинает обращаться к этой теме» [6, с. 3].

Чтение учебного курса «Социология тела», конечно, предполагает использование материала, связанного с характеристикой телесности в повседневности, с ее отражением в дискурсах и

конструктах, которые поддерживают или разрушают бытующие стереотипы телесных репрезентаций. Привлечение подобного материала не только обогащает курс, но и способствует дискуссии, обсуждению тех вопросов, которые часто остаются без должного внимания.

В ходе преподавания курса «Социология тела» особое внимание следует обратить на использование произведений искусства, характеризующих и отражающих своеобразие мужских и женских тел в разные исторические эпохи. Благодаря этому возникает возможность сравнительного анализа особенностей изображения телесности, например во времена Античности и в Средневековье.

Возможно и погружение в творчество отдельного мастера. Читая «Социологию тела», мы, например, обращаемся к творчеству французского скульптора Огюста Родена. Его скульптуры «Ева», «Поцелуй», «Вечная весна», «Старуха» и другие раскрывают различные этапы в развитии тела, а скульптура «Рука творца» заставляет глубоко задуматься о творчестве.

Интересно может быть использован и проинтерпретирован в интересующем нас ключе сонет И. Франко «Сикстинская мадонна», в котором с невероятной искренностью отражена боль автора, за судьбу украинской женщины.

Более полному раскрытию отдельных тем курса будет способствовать обращение к творчеству загадочного и весьма популярного художника Г. Климта, в частности к таким его произведениям, как «Молодая женщина», «Жизнь и смерть», «Три возраста женщины», «Объятие», «Поцелуй». Эти и многие другие картины Климта разрушают условности и традиционные каноны изображения человеческого тела.

«Творчество Климта является образцом амбициозности и новаторства и пользуется огромной популярностью и в наши дни» [7, с. 32]. Искусство модернизма, в том числе произведения Г. Климта, позволяет выйти при обсуждении телесности на новые грани познания, которые требуют иного взгляда и дискуссии.

Мы уже говорили о том, что в современных условиях рынка особенно актуально звучит такое понятие, как «тело потребителя». Анализ соответствующего феномена позволяет выходить на проблемы еды, досуга, одежды, моды и т.д. Мы хотим обратить внимание читателя на то, что все это в условиях современного общества составляет систему символов, которые для личности часто определяются рекламой.

Символический срез вещей и предметов, окружающих тело, его знание и понимание дает нам дополнительную информацию об обществе, в котором мы живем.

Предмет, выполняющий роль определен-

ного символа, содержит в себе информацию о конкретной ситуации, раскрывая сложную сеть коммуникации, высвечивая новые аспекты взаимодействия между телами. Обращаясь к произведениям искусства, мы можем показать это на примере такой части одежды, как перчатки, предназначение которых хорошо известно каждому. Можно говорить о профессиональных, спортивных, медицинских и т.д. перчатках. Но вот литературный герой Сирано де Бержерак произносит:

«Перчатки нет, одна осталась у меня из пары,

Хотя они и были очень стары,

Но сослужила службу мне одна,

Кому-то я ее в лицо отравил,

И мигом он свой дерзкий тон оставил» [18, с. 29].

Перчатка и вызов, дуэль. Перчатка и интрига, любовь и верность, смятение и боль!

Таким образом, анализ проблематики курса «Социология тела» раскрывает ее многогранность и многоаспектность, связь со временем, модой, одеждой, с развитием естественных и гуманитарных наук. И, конечно, особый интерес может вызывать проблема тела в контексте феноменов жизни и смерти. Телесность конечна. Смерть естественна для любого живого организма. В разных культурах проблема смерти как самое загадочное явление в существовании человека рассматривается по-разному. Г. Зиммель, например, анализировал взаимосвязь жизни, смерти и культуры. Актуальность этой проблемы возрастает сегодня в связи с тем, что увеличилась средняя продолжительность жизни, что привело к дискриминации старости, актуализации проблемы телесности в контексте ухода человека из жизни. Возникла необходимость создания хосписов, широко обсуждается проблема эвтаназии, вызвавшая множество противоречивых позиций.

Особый интерес может в контексте анализируемого нами учебного курса могут представлять представлять материалы комплексного междисциплинарного исследования, в рамках которого бытие человека «препарировалось» представителями разных наук, при этом подчеркивалось, что метафора «смерти может выступать как формообразующий принцип культуры» [12, с. 122].

Значительно усилить диалогичность обсуждения проблем телесности можно обратившись к работе В. А. Роменца, в которой он сосредоточил внимание на постижении разумом и верой вопросов жизни и смерти, представляя жизнь как преходящее. «Жить – значит умирать»: подлинные ценности жизни могут быть раскрыты лишь с точки зрения их сурового критерия – смерти. При отсутствии

его жизнь теряет всякую ценность и по содержанию будет приравнена к смерти» [17, с. 100-101].

Подчеркивая важность и значение учебного курса «Социология тела» для магистрантов социологических факультетов, акцентируя внимание на его многоаспектности, мы прежде всего исходим из того, что его материал позволяет формировать нелинейный стиль мышления, отвечающий синергетической модели обучения, поскольку стихия социальной жизни полна неожиданностей, парадоксов и сюрпризов. В контексте преподавания курса могут быть использованы разнообразные ин-

терактивные формы и методы обучения, способствующие, в том числе, развитию диалогической личности.

Знания, полученные в ходе изучения курса «Социология тела», нашли свое применение в процессе подготовки и написания студентами работы на тему «Харьковский Хоспис им. Св. Луки. Социально-нравственные проблемы функционирования», а также в реализации исследовательского проекта, посвященного анализу феномена торговли женщинами [16]. Все это развивает у студентов навыки самостоятельного анализа и активного творчества в разрешении актуальных социальных проблем.

Литература

1. Бауман З. Текущая современность / З. Бауман / пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
2. Бодрийяр Ж. Пароли от фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 200 с.
3. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть : пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. – М. : Ad Marginem, 2000. – 388 с.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей : пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. – М. : Ad Marginem, 1995. – 180 с.
5. Бодрийяр Ж. Соблазн : пер. с фр. / Ж. Бодрийяр. – М. : Ad Marginem, 2000. – 318 с.
6. В тени тела / под ред. Н. Нартовой, Е. Омельченко. – Ульяновск : Издательство Ульяновского государственного университета, 2008. – 208 с.
7. Великие художники. Их жизнь, вдохновение и творчество. – № 29. – Киев : Феникс – УМХ, 2003. – 32 с.
8. Гидденс Э. Трансформация интимности : пер. с англ. / Э. Гидденс. – СПб. : Питер, 2004. – 208 с.
9. Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации : пер. с англ. / Э. Гидденс. – М. : Академический Проект, 2003. – 528 с.
10. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман / пер. с англ. и вступ. статья А. Д. Ковалева. – М. : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.
11. Ионин Л. Новая магическая эпоха / Л. Ионин / Философский журнал «Логос». – № 2 (47). – 2005. – С. 3-20.
12. Многомерный образ человека: Комплексное междисциплинарное исследование человека. – М. : Наука, 2001. – 237 с.
13. Норберт Э. О процессе цивилизации. Социологические и психологические исследования / Э. Норберт
14. / Том 1. Изменения в поведении высшего слоя мирян в странах Запада. – М., СПб. : Университетская книга, 2001. – 332 с.
15. Постмодерн: новая магическая эпоха 2. Трансформация гендера : сб. научн. ст. / под ред. Л. Г. Иониной. – Харьков, 2003. – 348 с.
16. Постмодерн: новая магическая эпоха 3. Обратимость смерти : сб. научн. ст. / под ред. Л. Г. Иониной. – Харьков, 2004. – 364 с.
17. Программа и методические материалы по курсу «Социология тела» для студентов магистратуры социологического факультета / И. Д. Ковалева, Ю. Г. Сорока – Харьков : Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, 2003. – 14 с.
18. Роменец В. А. Жизнь и смерть в научном и религиозном истолковании / В. А. Роменец. – К. : Здоров'я, 1989. – 228 с.
19. Ростан Э. Сирано де Бержерак / Э. Ростан. – М. : ЭКСМО, 2007. – 107 с.
20. Фуко М. История безумия в классическую эпоху / М. Фуко. – СПб : Университетская книга, 1997. – 580 с.
21. Фуко М. Надзирать и наказывать / М. Фуко. – М. : Ad Marginem, 1999. – 477 с.
22. Фуко М. Психическая болезнь и личность / М. Фуко. – СПб. : «Гуманитарная академия», 2009. – 320 с.
23. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы / Ю. Хабермас / пер. с нем. – М. : Весь Мир, 2002. – 144 с.
24. Холл К. С. Теория личности : пер. с англ. / Келвин С. Холл, Гарднер Линдсей. – М. : КСП+, 1997. – 720 с.
25. Шюц А. Мир, светящийся смыслом : пер. с нем. и англ./ Альфред Шюц. – М. : Россмэн, 2004. – 1053 с. (Серия «Книга света»).

Наукове життя

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СОЦІОЛОГІЇ: АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ («круглий стіл» «Соціальна відповідальність соціології: актуальні виклики» в рамках ХІХ Міжнародної наукової конференції «Харківські соціологічні читання»)

«Круглий стіл» «Соціальна відповідальність соціології: актуальні виклики» відбувся 5 листопада 2015 року в рамках ХІХ Міжнародної наукової конференції «Харківські соціологічні читання». Організаторами «круглого столу» виступили Соціологічна асоціація України та соціологічний факультет Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серед учасників «круглого столу» були провідні соціологи України, студенти та аспіранти, керівники соціологічних служб, журналісти. У фокусі уваги присутніх були питання соціальної відповідальності соціології у сучасному світі, професійної солідарності соціологів, академічної свободи та свободи слова в цілому. Тексти виступів учасників «круглого столу», що представлені нижче, надаються на мові оригіналу.

Round table «Social responsibility of sociology: current challenges» was conducted on 5th of November 2015 within the framework of XIX International scientific conference «Kharkiv sociological readings». The round table was organised by Sociological association of Ukraine and Sociological department of V.N. Karazin Kharkiv national university. Participants of round table are represented by leading sociologists of Ukraine, PhD students, students, principals of sociological service organisations, journalists. The main focus of discussion was the questions of social responsibility of sociology in contemporary world, professional solidarity of sociologists, academical freedom and freedom of speech in general. Texts of talks are giving in the original languages.

«Круглый стол» «Социальная ответственность социологии: актуальные вызовы» состоялся 5 ноября 2015 года в рамках ХІХ Международной научной конференции «Харьковские социологические чтения». Организаторами «круглого стола» выступили Социологическая ассоциация Украины и социологический факультет Харьковского национального университета имени В.Н. Каразина. Среди участников «круглого стола» были ведущие социологи Украины, студенты и аспиранты, руководители социологических служб, журналисты. В фокусе внимания присутствующих были вопросы социальной ответственности социологии в современном обществе, профессиональной солидарности, социологов академической свободы и свободы слова в целом. Тексты выступлений участников «круглого стола», представленные ниже, подаются на языке оригинала.

Модератор «круглого столу» – Сорока Юлія Георгіївна, доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Учасники дискусії:

Бабенко С. С. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціальних структур та соціальних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Бакіров В. С. – академік НАН України, ректор Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Президент Соціологічної асоціації України;

Головаха Є. І. – доктор філософських наук, заступник директора Інституту соціології НАН України;

Катаєв С. Л. – доктор соціологічних наук, професор кафедри соціології та соціальної роботи Класичного приватного університету

(м. Запоріжжя);

Кізілов О. І. – кандидат соціологічних наук, завідувач кафедри методів соціологічних досліджень Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

Кононов І. Ф. – доктор соціологічних наук, завідувач кафедри соціології Луганського національного університету імені Т. Г. Шевченка;

Куртсейтов Р. Д. – кандидат соціологічних наук, декан історичного факультету Кримського інженерно-педагогічного університету;

Легеца С.В. – кандидат історичних наук, доцент кафедри теорії та історії соціології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара;

Ніколаєвська А. М. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна;

Середа В. В. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Українського католицького університету (м. Львів);

Сінаюк О. О. – директор компанії Нью Імідж Груп;

Філіппова О. А. – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна та інші.

Сорока Ю. Г.: Соціальні науки по-різному долають виклики сучасної ситуації в Україні. Так, наприклад, психологи нароцують авторитет своєї науки, навчаючи переживати стреси, налагоджувати стосунки, протистояти мові ворожнечі тощо. Натомість соціологи отримують звинувачення в маніпулюванні суспільною думкою. Обговорення в професійному колі цієї ситуації обмежується методичними та організаційними питаннями проведення опитувань на неконтрольованих урядом України територіях. Але проблема має формулюватися набагато ширше: як зупинити втрату суспільної довіри до соціології, повернути її соціальне визнання. Необхідно визначити актуальне розуміння ставлення української соціології до суспільства, і ключовим тут має стати питання про соціальну відповідальність соціологів. Наш «круглий стіл» був ініційований для обговорення таких питань. Як ситуація революції та військових дій визначає місце соціології та соціологів в українському суспільстві? Яке місце отримують результати соціологічних досліджень в актуальній ситуації символічної боротьби в нашому соціумі? Хто є адресатом інформації, отриманої завдяки соціологічним дослідженням, що здійснюються сьогодні в Україні? Як якісна та кількісна парадигми відповідають на попередні питання? Чи можлива публічна

соціологія в умовах революції та військових дій в Україні? Якими є стосунки української соціології та громадянського суспільства? Як в умовах соціальної нестабільності змінюються стосунки вітчизняної соціології та держави? В чому полягає сьогодні громадянська позиція дослідниці / дослідника? Як соціальні інтереси груп та категорій людей, яких ми досліджуємо, впливають на тему й стратегії дослідження? Як соціологічна інтерпретація ситуації в суспільстві пов'язана з актуальними ідеологічними дискурсами та кордонами легітимності, що ними встановлюються?

Звернення до рефлексії соціальної відповідальності соціологів зумовлено специфікою ситуації в Україні останніх двох років, а саме: масовими проявами громадянської непокори, анаксією територій, військовими діями, що спричинили жертви серед мирного населення та масове переміщення людей.

В цій ситуації соціологічні дослідження, сама їхня можливість опинилися під загрозою не тільки у зв'язку з відсутністю релевантної соціально-демографічної інформації про певні території, зниженням доступності респондентів, їхнім небажанням брати участь в опитуванні чи неможливості гарантувати безпеку інтерв'юєрів. Про це наші високоповажні колеги дискутували минулого травня на конференції в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Суспільний розголос, який отримали ситуація з опитуванням на території анексованого Криму в січні 2015 року¹ або публікація «Луганськ: спекотне літо 2014 року»², які, здавалося б, мають суто професійне, вузьке значення, свідчить, що справа не обмежується методичними та організаційними питаннями проведення досліджень на неконтрольованих урядом України територіях.

Маємо фіксувати певну невідповідність української соціології актуальним запитам суспільства та кризи легітимності соціології. Не витримує сучасних викликів позиція об'єктивного, неупередженого спостерігача суспільного життя, яка залишається найпоширеною рамкою бачення соціологами свого місця в світі. Її похідною є позиціонування соціології в стосунку до держави як інстанції-замовника соціологічної інформації для науково обґрунтованого управління та, з іншого боку, в стосунку до індивіда, пересічного громадянина, простої людини як до джерела інформації, об'єкта для вимірювання.

1 Йдеться про дослідження, здійснене компанією GfK Ukraine (див. про це докладніше <http://ua.krymr.com/a/26832473.html>).

2 Публікація в журналі «Соціологія: теорія, методи, маркетинг» (№ 3, 2015 р.) матеріалів «круглого столу», проведеного 9 січня 2015 р. у м. Луганськ

Але держава вже не та, що була на світанку інституціоналізації демократичних інститутів, коли за допомогою соціології легітимувала «громадську думку», щоб потім людей привчити ходити на вибори. У неоліберальному світі загальне благо не є державним взірцем, а олігархи на вищих позиціях державного управління тільки закріплюють це переконання. Держава, влада, можновладці в сучасній Україні прагматично ставляться до соціології, звужуючи її місце до маркетингових досліджень та екзит-полів, тому соціологію свого часу й було викреслено з переліку нормативних дисциплін, і тим більш показовим є повернення до нього політології.

Це призводить і до змін у ставленні пересічних громадян, простих людей до соціологів (перш за все до інтерв'юєрів, але до й голосу соціологів в медіях). Вони не схильні довіряти соціологам, які ставлять перед ними питання не від себе, нав'язуючи значущість певного контенту (наприклад, імена кандидатів на виборах), примножуючи та поглиблюючи відчуження. В цьому контексті надзвичайно перспективними для застосування у поясненнях є концепт дискурсивної влади та загалом постструктуралістська методологія, яка в епістеміологічному плані ґрунтується на відмові від жорсткого поділу суб'єкта та об'єкта дослідження. І ті з нас, хто відчув на власному досвіді вплив ситуації останніх двох років (мобілізація, вимушене переселення тощо), дуже добре розуміють, що означає бути одночасно як суб'єктом, так і об'єктом дослідження, поділяти з інформантами травматичний досвід.

Але ми маємо наголосити й на перевазі соціології. Маю на увазі її можливість бачити соціальну неоднорідність, розуміти її незначущість, неможливість звести позиції соціального простору до однієї, як і неможливість тоталізувати соціальні диспозиції, уявлення про світ. Як за тоталітарних, так і за демократичних часів будь-які соціально значущі ознаки та якості є соціально розподілені, суспільство неоднорідне, і в цьому – джерело розвитку суспільства, а також підстава соціальної та символічної боротьби. Нашим багатством, нашою – соціологів – силою є можливість це усвідомити та довести іншим, перш за все громадянському суспільству, і через це бути затребуваними. Бо соціологія дає індивіду чи групі бачення світу поза межами повсякденного уявлення, поза кордонами владного світосприйняття.

Перед нами стоїть необхідність усвідомити владу, якою ми володіємо в суспільстві, не приховуючи її за волею замовників інформації або процедурними вимогами, усвідомити власну діяльність як участь у символічній боротьбі за створення легітимного образу світу,

і саме з цієї позиції обирати методологію та формулювати тематику досліджень.

Головаха Є. І.: Об ответственности: она действительно велика, ответственность в том, чтобы это общество окончательно не расколосось и не развалилось. И в русле этого, собственно, и стоит вопрос о том, как нам относится к тем вызовам, с которыми социологи сталкивались уже не раз и будут еще не раз сталкиваться. Хотел я начать с проблемы академической солидарности. Солидарность применительно к ученым – это очень сложная категория, поскольку нет другой такой профессиональной группы, у которой столько оснований быть расколотыми. Все вы это понимаете: и карьерные соображения, и школы разные, и ресурсы разные. Научный мир, по идее, должен был бы расколотиться на враждующих индивидов, и «Bellum omnium contra omnes». Казалось бы, спасает то, что у всех есть одна общая ценность – это истина, можно всем пренебречь, поскольку мы – искатели истины. Это могло бы быть правдой, если бы это касалось естественных наук. Но что есть истина в социальных науках? Честно говоря, никто не знает. Это назвали мягким словом мультипарадигмальность, плюрализм. А, оказывается, у гуманитариев даже истина у каждого своя: у каждого направления социологии есть свое представление о том, что есть истина. И, оказывается, даже истина нас не может объединить. То есть мы, казалось бы, органически обречены на внутреннюю вражду друг с другом. Единственное, что есть у нас – это академическая свобода, свобода слова и свобода мысли. Это то единственное, за что мы можем держаться: за право мыслить, а, соответственно, существовать, как говорил Декарт. И вот это право у нас сейчас хотят отнять, посеяв страх в обществе, страх среди наших коллег.

Продолжая о солидарности. Солидаризироваться невозможно просто так: всегда люди солидаризируются или вокруг идей, или вокруг каких-то конкретных людей. Нельзя солидаризироваться абстрактно: давайте мы будем солидарны, потому что нам всем плохо. Надо иметь источник, и тогда возникает вопрос: а вокруг кого? Хочу процитировать Илью Федоровича Кононова: «По моему глубочайшему убеждению, свобода научных исследований и неразрывно с ней связанная свобода слова – это высочайшие ценности. Это святыни, на которые нельзя покушаться. Я никому не навязываю свою точку зрения, но не позволю, чтобы и мне навязывали. ... Если Украина станет пресекать эти демократические свободы, это будет знаменовать не просто откат назад. Это будет знаменовать поражение Революции гідності».

Так вот, я вам хочу сказать: наша ответственность – в интеллектуальной честности и в том, чтобы всегда поддерживать в обществе не сильных, а слабых. Сейчас слабы люди, выброшенные жизнью, потерявшие работу, квартиру, мечущиеся по нашей или по чужим странам. Наша ответственность в том, чтобы всегда быть на стороне слабых, в любом обществе. Мы сильные, мы устроенные, а они – выброшенные жизнью. А знаете, кто такие сепаратисты? Это те, которые говорят, что нужно отделить Донбасс. Вот это сепаратисты. Что надо стену построить, они совсем не патриоты. Они должны стать ответственными за свои поступки, они должны стать хотя бы компетентными и знать хотя бы правила своего министерства и хотя бы читать те тексты, на которые они пишут вот такие тексты. Это трудно, но это наша работа.

Катаєв С. Л.: Я думаю, что мы не должны останавливать свои исследовательские усилия по изучению Донбасса. Дело в том, что, говоря социологическим языком, определение ситуации жителей Донбасса и жителей остальной Украины совершенно разное. У нас не совпадают определения ситуации. Но мы знаем из теории, что определение ситуации определяет реальное поведение. Поэтому надо задать вопрос социологам: а как определяют ситуацию жители Донбасса? И в этом случае, может быть, для нас есть смысл провести коллективное исследование (потому что единолично это невозможно сделать) под условным названием «Феноменология Донбасса». Мы должны изучать тексты сепаратистские, тексты, которые произносятся внутри зоны АТО, другие тексты, но рассматривать их как исследовательский инструмент, как исследовательский материал для контент-анализа, для контекстуального и других видов анализа. Но нам нельзя изучать Донбасс, исходя из нашего определения ситуации, невозможно. И в недооценке этого как раз кроются причины ситуации, которая сложилась вокруг журнала. Социологи рассматривают позицию других людей именно для того, чтобы знать их точку зрения, их представления и, исходя из этого, прогнозировать поведение, делать аналитические заключения о том, что можно ожидать, как поведут себя люди. И в этом плане, я думаю, мы не должны останавливать свои исследования Донбасса и, может быть, Илья Федорович возглавит эту исследовательскую группу по феноменологии Донбасса с тем, чтобы мы могли знать, с кем мы имеем дело, и предвидеть развитие событий.

Кононов І. Ф.: В силу того, что я был участником «круглого стола», материалы которого были опубликованы в журнале «Социология,

теория, методы, маркетинг», хочу сказать несколько слов. Я участвовал по электронной почте, потому что не мог присутствовать в Луганске. Всех участников «круглого стола» я знаю лично. Мой псевдоним там – Александр Костомаров. О других я говорить не буду, потому что есть люди, которые живут в Луганске, для них это реально опасно. Сразу же скажу: то, что написал Лопата (а он очень критически отзывался о действиях украинской власти), очень спорно. Но он имеет, подчеркиваю, имеет на это право. Основная проблема, на мой взгляд, в следующем. То, что мы видели в Луганске в четырнадцатом году, резко расходится с той официальной историей, которая уже преподается в школе. Эту историю создали идеологически, для манипулятивных целей. Вот это и побудило обществоведов (участвовали в «круглом столе» философы, юристы, социолог) к проведению этого «круглого стола». Следует рассмотреть ситуацию после публикации материалов «круглого стола» как социальный эксперимент. Появился текст, который не вписывается в официальный дискурс, и как только этот текст становится доступным, академический журнал обвиняют в сепаратизме, а параллельно – и его редакционную коллегию. Характеризуя действия журналистки, хочу использовать термин «стадная журналистика», термин американской социологии. Речь идет о распространении информации без надлежащей проверки. Я хочу сказать, что это достаточно тревожный симптом, и нам необходимо обратить на это самое серьезное внимание. Поэтому я абсолютно согласен с Евгением Ивановичем, и считаю, что мы должны выразить ему благодарность за то, что он вел себя очень спокойно, говорил аргументированно и взвешенно.

Мы, коллеги, здесь не просто выступаем за «честь мундира». Задача тут в другом. Задача в том, чтобы перед обществом постоянно держать зеркало и чтобы общество постоянно видело, какое оно в этом зеркале. Не каким оно хочет выглядеть, а какое оно на самом деле. И в этом, действительно, и есть научная честность, это – самое главное для социолога. А что касается положения социологии, то поскольку мы живем на периферии мировой капиталистической системы, ее проблемы предстают перед нами в более остром виде, проблемы, характерные для нее в целом.

Влияние социологии, к сожалению, падает во всем мире. Это отдельный вопрос, на который стоит обращать внимание. Тут тоже мы наблюдаем некоторое колебательное движение. Скажем в 1960-х – начале 1970-х годов мы наблюдали рост значения социологии, и многие выдающиеся экономисты говорили о том, что социология создает контекст для

их исследований. Дэниел Бэлл, например, писал, что нет экономики как науки вне социологии. А теперь мы наблюдаем обратный откат, и это связано с общей идеологией не-олиберализма, которая сейчас, к сожалению, господствует в нашем мире. И дело вот в чем. Общественные науки (во всяком случае те, которые являются, так сказать, опорными науками об обществе) имеют поддержку различных социальных сил. Экономическая наука – это собственники, это руководители производства, и в силу этого экономическая наука не обделена ресурсами. Политические науки, науки о государстве – это правящий класс; он в той или иной мере в центре мировой капиталистической системы и заинтересован в ее воспроизводстве. А что такое социология? Социология в этом плане имеет социальную базу достаточно рыхлую: это гражданское общество, общество в целом. Это, с одной стороны, делает положение социологии более преимущественным, потому что она не представляет партикулярные идеи, она представляет интересы общества. Но, с другой стороны, это означает ее более слабое положение с точки зрения ресурсов. Социологу не стоит ожидать притока больших ресурсов. Если есть такие инвестиции со стороны того же правящего класса, то в отдельные сегменты, например в электоральную социологию. И, к сожалению, эти инвестиции привязывают социологию к интересам правящего класса. Вот в таком духе, я думаю, и следует рассматривать эти вопросы.

Бабенко С. С.: Размышляя о теме сегодняшнего «круглого стола» и о той проблеме, которую мы сейчас обсуждаем, хотела бы оттолкнуться от того, что сейчас прозвучало. И первый тезис в том, что социология – это зеркало общества. И, фактически, мы ответственны, каким будет это зеркало, насколько оно будет искажать либо отражать то, что действительно происходит в обществе. И здесь очень важны два следствия: во-первых, вопрос обратной связи, которую мы осуществляем с обществом, и во-вторых, это реакция, которую мы получаем от общества на свою работу. От общества через совершенно разных его субъектов: журналистов, публики, представителей гражданских организаций, которых непосредственно касаются наши публикации и результаты исследований. И говорить о том, что, например, профессиональный социологический журнал рассчитан исключительно и эксклюзивно на социологическую публику, в нынешней ситуации невозможно. Актуализирована необходимость знания о том, что есть общество, как оно функционирует, к чему может привести ситуация, которая сложилась на сегодня. В этом и причина такого

широкого общественного резонанса, который получил академический журнал. Хотя очень печально, что внимание было направлено не на прекрасные профессиональные научные статьи, которые были в нем опубликованы.

В этом контексте очень важно подчеркнуть, что наши исследования, результаты которых мы представляем, инициируются двумя интересами. Первый – это интерес заказчика. И здесь очень важна грань между возможностью свободного, объективного поиска и интересами заказчика, который дает нам возможность проводить исследования. А, с другой стороны, – это профессиональный интерес социологов, которые рефлексируют общество и первыми определяют зоны роста конфликтов, проблем, на которые необходимо обращать внимание и для которых необходимо быть зеркалом. Соответственно, для того, чтобы быть социологами и заниматься исследованиями, нам необходимо формировать профессиональную культуру наших потребителей, журналистов в том числе, чтобы они могли корректно и адекватно воспринимать то зеркало, которое мы представляем как результат своих исследований.

Соответственно, для меня этот вопрос переводится в плоскость преподавания социологии, в первую очередь несоциологам, вопрос содержания тех предметов, которые мы преподаем. Мы должны существенно пересмотреть программу того единственного курса, который остается еще курсом по выбору, для того, чтобы создавать запрос на социологическую информацию, на социологическую работу. Не ставить перед собой задачу научить юристов, экономистов, политологов и т.д. проводить социологические исследования. Это абсолютная профанация. А научить их пониманию того, что социологическое исследование, социологическая работа – это высоко профессиональная работа, которую нужно заказывать социологам.

И вторая очень важная часть работы – это работа с журналистами. Работа публичного социолога, который умеет переводить результаты наших исследований на язык публики в общении с журналистами, – это сложная, неблагодарная (часто рассматриваемая академическими социологами как дополнительная нагрузка) работа. У меня тоже был опыт общения с журналистами, и то, что они потом печатают, – совсем не то, что я говорила, интерпретации даются совершенно новые. В связи с этим хочу сказать, что в университете Шевченка два года назад мы открыли совместную с факультетом журналистики специализацию «Социальная журналистика». Я студентам дала такое задание: проанализировать 5-10 публикаций средств массовой информации, которые используют социологические дан-

ные, и проанализировать их в соответствии с «Меморандумом о предоставлении социологических данных». К сожалению, у нас нет украинского аналога; только Российское социологическое общество опубликовало такой меморандум, где прописаны четкие правила, как должны быть представлены социологические данные, результаты социологических исследований. Так вот, у меня порядка 35-ти студентов, каждый проанализировал 5–10 публикаций, то есть фактически они охватили очень большой объем материалов украинских СМИ. И, как выяснилось, не было ни одной статьи, в которой корректно были бы представлены результаты исследования: со ссылкой на источник, по которому можно найти опубликованные данные полностью, с указанием автора и организации, характеристики выборки и т.д. Чаще всего социология предстает в публикациях как жанр «говoreния» об обществе, некое экспертное мнение с референцией к проведенным исследованиям. Поэтому здесь необходима двухсторонняя работа. С одной стороны, мы должны приложить очень много сил к тому, чтобы самим распространять результаты своих исследований в средствах массовой информации. А, с другой стороны, – учить журналистов обращаться корректно с социологической информацией. В рамках программы специализации «Социальная журналистика» мы подготовили Памятку для журналиста, в которой акцентировали на том, как представлять социологические данные. Я думаю, есть смысл ее опубликовать и на сайте ассоциации.

Говоря о ситуации вокруг журнала, думаю, что основной проблемой стал журналистский непрофессионализм, когда эмоциональную реакцию публикует как факт, и это уже как факт перепечатывается другими журналистами без какой-либо проверки, без чтения первоисточника, без комментариев авторов или редколлегий. Это абсолютная журналистская некомпетентность. Также есть момент не очень корректной подачи материалов «круглого стола»: редакторская статья, предваряющая эти материалы, должна была содержать указание на то, что авторы под псевдонимами. Поскольку в академическом журнале всегда есть автор и всегда есть, во всяком случае, ссылка на первоисточник, чтобы мы могли оценивать и соотносить, по крайней мере, знать, кому задавать вопросы. С этой незначительной неточности и начался большой ком проблем.

Легеза С. В.: Так уж получилось, что с мая 2014 года по май 2015 года я был мобилизован. Я не был в зоне АТО. Так уж, видимо, мне повезло, но в остальном очень многие рубежи и особенности места, где может оказаться со-

циолог в армии, прошли передо мной: начиная от госпиталя и заканчивая работой с мобилизуемыми. И здесь, конечно, есть всегда несколько моментов, которые немножко сумбурно, но можно фиксировать. Во-первых, я увидел, насколько сильно мы дистанцированы от реалий армейских будней. Может быть, слава Богу, что дистанцированы. Но осознавать, что жизнь в армии (даже не в зоне АТО, но просто в армии) – это несколько другая жизнь, необходимо. И недостаток вот такого осознания я испытал на себе. Я не служил раньше в армии, на момент мобилизации у меня за плечами была только военная кафедра. Представление об армии до того, как ты туда попадаешь, и пока ты там находишься – это несколько разные истории. Социолог в армии, как я обнаружил, может выступать в нескольких ролях. Понятное дело, это фиксация того жизненного опыта, который я переживаю; того, как этот опыт меняет впечатление о происходящих событиях, «парализует» мое мнение о происходящем в стране и на фронте. Потому что, если есть дистанция от армейской жизни, проще сформировать взгляд на происходящие события, к сожалению. Во-вторых, уровень востребованности социологии в рамках социальной структуры армии минимален. По большому счету, социолог в нынешней структуре армии, во всяком случае в представлении Министерства обороны, как оно есть на данный момент, практически не нужен. Командование осознает, что армии нужны психологи (и они там реально нужны); как ни странно, все еще нужны воспитатели, несмотря на то, что последние два года армия – это не призывники младшего возраста. Так, в батальоне, куда я был призван, средний возраст был 35 лет. Роль социолога в армии может реализоваться на уровне реальных практик, которые предусмотрены служебными формами деятельности. Например, функциями замполита (как это называется), от ротного замполита до работы в мобилизационных комплексах. Я принимал мобилизованных в тренировочном лагере, снимал с них первичную информацию и, соответственно, отсылал ее руководству этого сектора. Им требуется минимальное; это даже не социологические, а статистические данные: средний возраст, количество людей, которые фиксируют себя как пришедших добровольно на мобилизацию, региональный аспект (у нас была Днепропетровская, Харьковская, Сумская, Полтавская, частично Луганская области, откуда тоже людей к нам доставляют). Учитывая то, что это достаточно скучный процесс, поток вот такой информации, в конце концов, я попытался превратить в аналитическую записку для своего непосредственно начальства с какими-то совершенно простей-

шими описаннями. Я також описав, як можливо було б використувати матеріали анкет, які заповнювали люди, приходять по мобілізації. «Да, – сказали мені, – здорово, ми й не знали, що таке можна». Тут, напевно, та точка, де можна було б працювати. Але я, признаюся, за рік так і не осознав, як саме це можна забезпечити. Ну от, в двох словах, то, що я хотів сказати.

Середа В. В.: Я спробую відрефлексувати ті питання, які внесені для обговорення на «круглому столі» та прозвучали у вступному слові. Мені здається, що ситуація та дискусія, які виникли навколо публікації «Луганськ: спекотне літо 2014», мала би підштовхнути нас до роздумів про нашу соціологічну спільноту, її ефективність, її фаховість і відкрити новий рівень дискусії про те, як ми справді реагуємо на ті виклики в суспільстві, які сьогодні є. Мені здається, тут можна відокремити кілька рівнів. Перший – це те, що ми насправді маємо теоретичну кризу в тому сенсі, що в більшості випадків оперуємо теоріями, які з'явилися ще минулого, ХХ-го, століття, і ми дуже мало працюємо з теоретичними поясненнями тих явищ, які зараз переживає Україна. Майже ніхто не спеціалізувався на дослідженні цієї кризи. Тобто, в певному сенсі, ми виявилися теоретично неготовими побачити певні явища. Іншими словами, є певні соціальні явища, які відбуваються, а ми їх не бачимо. І, напевно, у суспільства також може виникати відчуття несумісності того нашого «дзеркала» чи погляду на нього, тому що суспільство може бути зовсім інакшим, неподібним, чи не відповідати тим категоріям, в рамках яких ми про нього мислимо.

Другий важливий для мене момент полягає у методології та у нашій чутливості до проблем суспільства. Деколи через обмеження чи через методологічні проблеми ми не чуємо чиїхось голосів, не помічаємо, або не можемо максимально заглибитись у ті чи інші проблеми. Ми лишаємо певні явища чи досвіди нерозкритими для нас. Або ми самі формуємо певні стереотипні уявлення. Тобто, ми стаємо відповідальними за поширення стереотипів, за поширення певних конфліктів чи чорно-білого бачення в суспільстві. Моїм класичним прикладом є поділ України на 4 макрорегіони. Ми не можемо дивитися на обласному рівні, якщо у нас вибірка 1800 осіб, тому що недостатньо кейсів на кожен регіон. Групуємо це на схід і захід, на південь і північ або ще щось і передаючи це через медіа, через політиків, ми сприяємо мобілізації електорату за лініями розламу. Ми самі сприяємо посиленню стереотипних уявлень про те, як поведуться «західняки», «східняки», «галичани», «донбасці», «новороси» чи будь-які категорії, які ми використовуємо.

Також для мене важливими є наступні питання, які я зараз переживаю чи переосмислюю. Соціологи в ситуації кризи, істотних змін у суспільстві й травматичних досвідів не завжди є чутливі до іншого. З'являються модні тренди, наприклад, переселенці, війна, травма. І інколи, купуючись на ці модні тренди чи оперуючи певними категоріями, ми не замислюємося про те, що ми самі формуємо лінії розламу. Що люди, які, наприклад, переїхали і хочуть адаптуватися в суспільстві, два роки залишаються переселенцями. Тобто, якщо хтось переїхав, наприклад, з Дрогобича до Львова і знайшов там роботу, то він не переселенець. Його ніхто не виділяє, не відокремлює, так би мовити, не експонує всьому суспільству і не дивиться, як він поводить себе, погано чи добре. Натомість певну категорію ми представляємо на огляд всьому суспільству і під лупою розглядаємо, а що ж вони роблять, а як вони це переживають. Отже, тут є межа відповідальності і чутливості. З одного боку, ми хочемо допомогти, ми хочемо відповісти на кризу, а з іншого боку – ми цю кризу і теоретизуємо самі провокуємо. Тобто наше дослідження та спосіб, в який ми це робимо, інколи можуть бути зовсім нечутливими, бо ми звикли до окремих типів мислення чи опису явищ. Ми інколи так само кажемо, що лікарі до нас не чутливі, до хворих, які вимагали б співчуття; а вони вже мають професійну нечутливість на якійсь речі.

І останній момент. Мені здається, для початку ми повинні були підняти дискусію в соціології, в нашій академічній спільноті стосовно того, як підняти рівень фаховості. Наприклад, ми не маємо жодного академічного журналу, який би мав закриті рецензування (так, як це є в більшості країн-сусідів). Ми дуже мало говоримо спільною мовою з нашими сусідами. З досвіду викладання я знаю, що мої студенти чи аспіранти мають труднощі перекладання англійською мовою. І коли ти дивишся, що вони там переклали, то думаєш: «Господи, а як же ж ми ладні говорити з нашими сусідами, якщо ми про своє дослідження в десяти реченнях не можемо сказати коректно?». Це означає, що ми лишаємось замкнені самі на собі, на своїх авторитетах, на своїх концепціях чи уявленнях про те, як це має бути, і ми зовсім не налаштовані на діалогічність. Знову ж таки, якщо ми публікуємо результати українською чи російською мовою, люди, які є на Заході, майже нічого не знають про наше дослідження. Дуже сумно, коли ти в Америці читаєш публікації дослідників про те, що відбувалось в Україні, я не знаю там, у 2013–15 рр. І майже нема публікацій та надійних даних, хоча їх є дуже багато від самих українців. Тобто ми дозволяємо світу про нас говорити, як вони це теоретизують чи бачать, і ми не включаємось у цей діалог.

Отже, для мене важливий момент нашої фахової відповідальності – це осмислення того, як стати більш відкритим і як стати ще більш фаховим. І тоді до нас вже не буде ніяких закидів з боку суспільства чи міністрів.

Кізілов О. І.: На самом деле вырисовывается такая проблемная ситуация: есть социология, есть социологическое академическое сообщество. Оно в определенном смысле самодостаточно. У нас есть свои, так сказать, коммуникативные механизмы, у нас есть свои лидеры, у нас есть свои журналы, и мы живем сами по себе. Есть общество, которое мы изучаем и которое тоже живет само по себе. И есть власть, которая тоже живет сама по себе, отдельно. Вот такой треугольник замечательный получается. Отнюдь не любовный. И как же мы связываем сторонами этого треугольника? Посредником между нами оказываются журналисты: они доносят наши результаты и до власти, и до общества. Как они доносят, вы все прекрасно знаете. Поэтому замечательная идея возникла – публичная социология. Ведь общество не то что не готово воспринять наши результаты: они зачастую либо не понимаются, либо не принимаются, либо вообще никому не нужны. Мы вынуждены констатировать, что социологи не нужны власти, ей вполне достаточно иметь результаты предвыборных опросов общественного мнения. Чуть дальше, чуть в сторону, чуть глубже – уже не надо. Получается, что мы на самом деле никому не нужны, кроме самих себя. Потому что это наша профессия, мы за это получаем какие-то деньги, мы должны отстаивать преподавание своих предметов в университетах, иначе вообще не понятно, зачем мы есть.

Совершенно справедливо сказано, что мы должны быть честными интеллектуально. Нужно также говорить о профессионализме, потому что можно быть честным, но не профессионалом. Но, как уже кто-то говорил, честность и профессионализм – это не залог успеха. Залог успеха – это востребованность того, что мы делаем, результатов нашего труда. Если мы это только для себя делаем, для академического сообщества, почитаем друг друга, свое честолюбие удовлетворяем, рейтинг повышаем – это хорошо. А нужно ли это обществу? Ключ – в востребованности социологического знания практиками, востребованности его для социальных изменений.

Куртсейтов Р. Д.: Спасибо за предоставленную возможность выступить. Я очень внимательно слушал всех докладчиков, говоривших о том, что в обществе достаточно низок уровень социологической культуры. Иногда обществу навязываются различные модели

и мнения. Иногда общество не может защититься от разных агрессивных влияний. Вот мы недавно оказались на острове. Крым никогда не был островом: даже во времена Петра I граница проходила по Днепру, отношения экономические и все остальные были свободны. Сегодня мы оказались в ситуации, когда Крым стал островом. Я вот лет десять подряд выписывал журнал «Социология: теория, методы, маркетинг», и только в этом году я его не выписываю. В Крыму практически нет серьезных изданий, где публикуются ведущие социологи, политологи, историки Украины. Наблюдается определенный вакуум. Это касается и тем социологических исследований. Я сегодня ни разу не услышал слово «Крым». А эта территория сейчас в состоянии социального эксперимента, и это нужно исследовать. Представьте: кардинально меняется все, начиная от государства, культуры, методов управления. И как население реагирует на эти процессы. Сегодня, с одной стороны, есть желание проводить социологические исследования по различным срезам, проблемам крымского сообщества, но есть очень много разных ограничений. И если вот здесь, в Харькове, мы свободно обсуждаем проблемы, у нас этого уже нет давно.

Хочу еще сказать о ситуации, в которой оказалось население Крыма. Одни оценивают эту ситуацию по тем пенсиям, которые они якобы там получают высокие. Но кроме пенсий, существует масса других составляющих нашей социальной жизни. И вот к этому очень трудно привыкнуть, конечно. Крымско-татарская часть населения – самая организованная; пропаганда на нас не действовала и не действует. Все 70 лет после 1944 года мы видели, что власть говорила и что она делала. Поэтому нынешние методы пропаганды на нас не подействовали и не могли подействовать. Многие на протяжении вот этих двух с половиной лет находятся в состоянии постоянного стресса. Существует и определенная защитная реакция на эти процессы, когда определенная часть населения по тому или иному признаку попадает под жесткий пресс. И мы, к сожалению, не видим внимания украинского политика к этим проблемам.

И последнее. Приезжают две группы социологов из России проводить исследование (Московский государственный гуманитарный университет и Академия наук), и меня попросили курировать. Они автоматически перенесли российский инструментарий на наше студенчество, не понимают, что здесь совершенно другая ситуация, другие условия. У Украины, может быть, не было денег, но была свобода. И свобода – это самое дорогое, что есть у нас, в том числе в научном отношении. Сейчас мы очень остро переживаем рас-

пад всех научных контактов. Идет тотальный контроль за теми, кто выезжает в «иностранное государство» Украина. Любой человек, ставящий под сомнение территориальную принадлежность Крыма, получает 5 лет. Вот такая ситуация. И поэтому я хотел бы, чтобы украинское социологическое сообщество уделяло особое внимание проблеме аннексированных территорий.

Ніколаєвська А. М.: Я внимательно читала вопросы для обсуждения и поняла, что в общем-то ни на один из них у меня нет какого-то убедительного ответа. Но мое внимание привлекли две фразы: как восстановить общественное доверие к социологии, вернуть ей признание обществу. И сразу же у меня вот такие мысли появились на эту тему: а, собственно говоря, «был ли мальчик», и можем ли мы ставить вопрос о восстановлении доверия и возвращении признания. А были ли они. Я, вероятно, буду сейчас немножко сгущать краски, но уверенность в том, что эти вещи нужно озвучить придает мне мое знание судьбы социологии в нашей стране за последние несколько десятилетий.

Основной вопрос для меня – об имидже нашей науки в массовом сознании. И в советское время, в том числе в период Перестройки, и в период независимости этот имидж формировался с определенной спецификой, под действием определенных факторов. За неимением времени я сейчас, к сожалению, вот этот исторический экскурс совершить не могу. Но что мы имеем, с моей точки зрения, на выходе: в массовом сознании (в лучшем случае) социология ассоциируется с какими-то симпатичными мальчиками и девочками, которые возле метро спрашивают о количестве молока, которое выпивает семья, и количестве памперсов, в которых семья нуждается. Так вот, в лучшем случае для массового сознания социологи – это те, кто «делает» рейтинги перед выборами. А у самих политиков отношение такое, что социологи их периодически обслуживают. Вот, и это вообще-то добровольный шаг. Но, как свидетельствуют события 2004 г. и сегодняшние события, сотрудничество с политиками иногда, вернее, всегда не полезно, а иногда даже опасно для жизни. Политики оказываются людьми очень неблагодарными. Вспомните хотя бы ситуацию с приездом в наш университет Владимира Литвина, когда он был спикером Верховной Рады. Я имею в виду то, как он квалифицировал социологическую науку. Но тогда была удивительная реакция зала, что спасло ситуацию: все загудели осуждающе.

Так вот, возвращаясь к вопросу о нашем имидже: мне кажется, что пока ситуация каким-то образом не изменится, мы не смо-

жем что-то изменить в степени нашего влияния на жизнь общества. Речь не идет о заигрывании с массовым сознанием и с населением. Речь идет о завоевании симпатии, на которую, мне кажется, мы вполне заслуживаем. И что, как я думаю, в этом направлении можно было бы делать. Возродить социологическую публицистику. Сегодня уже говорили о преподавании социологии, об учебниках. Было бы очень здорово, если бы появился новый, действительно популярный учебник по социологии, который во многом помог бы изменить отношение к социологии. И последнее: после предвыборной кампании Королевской у меня появилась мечта поставить памятник Неизвестному респонденту. Потому что в ситуации нашей относительной бесполезности и такой вот репутации то, что респонденты еще отвечают на наши, причем не всегда корректные вопросы, и то, что они идут с нами на контакт, стоит того, чтобы быть увековеченным.

Сінаюк О. О.: Я хотел сказать о том, есть ли сегодня доверие у общества к социологии и есть ли вообще у общества отношение к социологии. Как практик, видя работу каждый день и слушая отзывы интервьюеров об их общении с респондентами, я могу сказать, что общество плохо осведомлено о работе социологов и крайне редко обращает внимание на рейтинги. Их, скорее, воспринимают как агитацию за того или иного кандидата. Что касается доверия/недоверия общества к социологии, скорее всего, есть недоверие в экспертном сообществе и у политиков, политологов. И в этой связи, наверное, необходимо в нашей экспертной среде создавать такую структуру, которая будет контролировать поток информации перед выборами, во время выборов и те рейтинги, которые публикуются теми или иными изданиями. В ситуации с Королевской, когда сравнили наши рейтинги начала июля с рейтингом компании Research trading group и Социс по данным октября, меня пригласили в студию Шустера ответить на вопрос, как все это можно прокомментировать. Важно помнить, что журналистам нужны скандалы, и они это постоянно используют. С другой стороны, наши данные использовал штаб Королевской, с которой я никогда – ни с ней лично, ни с ее штабом – не общался. Есть еще несколько штабов, которые обращались к нам ни один раз для публикации тех или иных данных, но мы им отказывали. Здесь возникает вопрос работы со штабами тех или иных кандидатов и партий. Эта проблема существует, с ними надо работать. Кроме того, в последнее время появилось очень много общественных структур, которые публикуют какие-то данные. И когда их видишь, то понимаешь, какие данные кандидаты озвучивают.

Здесь полная вакханалия. С этим никто не работает; нужен контроль и механизмы работы с этим. Я думаю, что тогда доверие к социологии в обществе будет восстановлено. Со своей стороны, я могу предложить внутри ассоциации создать экспертную группу, которая будет работать с журналистами, воздействовать на журналистскую среду, помогать им выбирать информацию для распространения, исходя из данных, полученных ассоциированными исследовательскими структурами. Иначе мы не сможем противостоять манипулированию данными, рейтингам, к чему прибегают политтехнологи в предвыборных кампаниях на любом уровне – от национального до районного. Вот, я думаю, что проблема в этом, и с этим надо работать.

Філіппова О. А.: Если можно, я буквально три минутки. Я себе записала очень много вопросов, которые хотелось бы обсудить в контексте того, о чем говорилось. Об имидже социологии. Маленький эпизод из моей личной жизни. 2001 год, Париж. Я иду в кинотеатр смотреть фильм «Социология как борьба». Это документальный фильм с участием Пьера Бурдьё. Там он рассказывает о социологии, встречается с жителями Франции, в частности Парижа, в основном с эмигрантами, и в этих встречах он разворачивает свою теорию социального капитала. И это документальный фильм, который демонстрируется в кинотеатрах Франции. Может быть, нам тоже стоит задуматься о том, чтобы, формируя имидж социологии и социолога, создать документальный фильм о том, что такое социология, как она «работает», кто такой социолог и как общество и журналисты должны взаимодействовать с социологом и социологией. И показывать этот фильм на Первом национальном канале и в кинотеатрах Украины, а не только абитуриентам.

Бакіров В. С.: Мне тоже хочется сказать несколько слов. Во-первых, я хочу выразить глубочайшую благодарность Рефику Джаферовичу и его крымским коллегам, сказать слова признательности за то, что, невзирая на ситуацию, вы приезжаете. Вам приехать сюда и выступить – это не совсем то же, что приехать из Львова, из Днепропетровска и даже из Луганска. Это акт гражданского мужества. Мы вас очень поддерживаем и очень ценим, и то, что вы делаете, это очень важно.

Второе, что я хотел сказать. Несколько коротких тезисов. Кто-то говорил сегодня о падении влияния, авторитета социологии, кажется Илья Федорович. Но не потому, что фильма еще не сняли или где-то не так с журналистами поработали. Многие вещи наивно звучали сегодня: больше работать с журна-

листами, снять фильм, и все будет хорошо. С ними работай не работай – ничего не изменится. Потому что есть какие-то глубинные причины падения имиджа социолога, надо искать какие-то глубинные основания этих процессов. Почему престиж социологии, действительно, падает (и не нужно закрывать на это глаза) и не только в Украине, но и в мире? Давайте спросим себя, что происходит? А происходит то, что, как сказал Александр Иванович Кизилов: социологические услуги не востребованы. И ничего ты с этим не поделаешь. И главная причина всех наших проблем в том, что в современном мире, в котором мы с вами живем, социологическая информация никому не нужна. Кроме нас с вами. Мы, конечно, объясняем студентам, что без нее нельзя решить ни одну социальную проблему. Все это так, но на самом деле без нас прекрасно обходятся во всем мире: и в развитых странах, и в менее развитых. А если бы без нас не обходились, если бы были социальные проблемы, которые нельзя было бы решить без социолога, поверьте, к нам бы пришли и попросили эту информацию. Какие-то проблемы есть, безусловно; например, проблемы с мигрантами в Европе нельзя будет решить без социологов. Наши перемещенные полтора миллиона в Украине. Я думаю, что придут к социологам. Но это какой-то отдельный случай, частный, какая-то экстремальная, кризисная ситуация. Но даже в кризисных ситуациях: кто пришел к нам сегодня и попросил: «давайте исследуем проблему, нужен план для переселенцев» и т.д.? Никто. То есть эта информация просто не нужна, не востребована. Возможно, золотой век социологии впереди, когда общество, человечество созреет, когда мы поднимемся на новый уровень развития. Когда возникнут такие сложные, тонко настраивающиеся, хрупкие социальные системы, что без социологии невозможно будет общежитие. Но пока эти социальные системы без нас обходятся, даже не интересуются тем, что мы о них думаем; даже не вникают в наши построения, более сложные или менее сложные. Вот, что я хотел сказать. Просто как вопрос, на который не знаю ответа.

Третье. Если говорить об ответственности, о том, что делать в это трудное время, то я скажу: делать свое дело. Ничего не надо придумывать, мы просто должны делать хорошо то дело, которое мы делаем. Мне очень понравилось выступление Виктории Середы о том, что мы должны давать хорошее социологическое знание, может быть, не совсем то, которое мы сейчас даем. Мы должны давать хорошую теорию, мы должны давать теории, хорошо обоснованные эмпирически, достоверные, качественные. И если социология выйдет на уровень такого знания, тогда оно и начнет

работать и помогать решать реальные проблемы. Мы пока этого, положив руку на сердце, не делаем. Есть у нас более квалифицированные исследования, менее квалифицированные исследования, более хорошие, менее хорошие, журнал, который мы с вами сегодня вспоминали, там прекрасные статьи публикуются. Вот это наша главная ответственность, другой не знаю: беспокоиться о том, чтобы создавать очень хорошую социологическую информацию. В этом плане, мне кажется, что мы абсолютизировали массовые опросы. Но что дадут массовые опросы? Ничего, кроме информации о том, что люди думают, больше ничего. Из того, что люди думают, мы можем понять, как устроено общество, механизм, институты и так далее? Нет. Это всего лишь информация об общественном мнении. Сравним с экономистами: они опираются на эмпирические данные, получают информацию достоверную, проверенную и гораздо более надежную, чем социологическая, которую используют в прогнозах, расчетах, финансовых моделях и т.д. Экономисты используют статистику, математические модели и прочее. Мы же избрали самый дорогой, самый затратный инструмент исследований. И какими бы широкомасштабными и регулярными они ни были, мы там ничего другого не накопим, кроме того, что позволяло нам наши теоретические представления.

Следующий момент: не нужно снисходительно относиться к социологическому «говору». Об этом говорила, кажется, Светлана Сергеевна, что в статьях пока «говору». Социологическое «говору» – это особое «говору». Социолог может даже не опираться на опросы, на выборку и прочее, потому что в этих опросах только мнение людей и больше ничего. А социолог в силу своей подготовки и ракурса своего видения проблемы, опираясь на то, что Ч. Миллс называл социологическим воображением, а З. Бауман – социологическим мышлением, а я еще могу добавить, опираясь на социологическую интуицию, – социолог в состоянии анализировать проблемы. Мы понима-

ем, как связаны индивидуальные биографии и какие-то большие контексты социальной жизни, мы можем общество анализировать в широких контекстах социальной взаимозависимости, опираясь на интуицию, на наблюдение, на личный опыт, на включенность, на понимание, в конце концов. И на качественные методы, которые мы совершенно не используем, а они дешевые, кстати, целесообразные и почему-то мы их практически игнорируем. «Говору» социолога – это не «говору» политического аналитика, который вышел на телевизор и там рассказывает какие-то, так скажем, сплетни, догадки и т. д. Социолог может говорить, опираясь на огромный опыт социологического мышления, накопленный за 200 лет, и обнаружить такие повороты событий социальной жизни, которые не социологу не видны. И в этом плане хочу сказать, что социолог – это не тот, кто диплом социолога получил, а тот, кто мыслит социологически. Это могут быть и физики, и инженеры, и журналисты. И поэтому учиться нужно прежде всего социологическому мышлению.

И последнее, друзья. По поводу ситуации с публикацией в журнале я высказал свое мнение сразу же, как только узнал о развернувшейся дискуссии³. Наше социологическое сообщество показало здесь пример действительно замечательной солидарности. Что нас может объединить? Не истина (в постклассической науке она – понятие условное) и не честь мундира, о чем тоже сегодня упоминалось. Нас просто объединяет ценность свободы слова, академических свобод, и мы уже показали, что мы готовы за них стоять, сражаться и отвечать. Спасибо еще раз.

Сорока Ю. Г.: Шановні колеги! Думаю, для всіх нас можливість обмінятися думками щодо відповідальності соціології та її іміджу в складних умовах сучасного українського суспільства була надзвичайно корисною. Дякую вам всім за участь у нашому «круглому столі».

³ Повний текст повідомлення, про яке йдеться розміщений на офіційному сайті Соціологічної асоціації України за лінком www.sau.kiev.ua

Соціологічна асоціація України: новини, події, плани

Звітна доповідь Президента Соціологічної асоціації України В. С. Бакірова VIII з'їзду САУ (24 квітня 2015 р.)

Шановні делегати і гості з'їзду!

Дорогі друзі!

Перш за все від імені Правління Соціологічної асоціації України висловлюю вам щирю вдячність за те, що в такий важкий, драматичний для нашої країни час ви знайшли можливість приїхати на наш з'їзд та взяти участь у його роботі. Наша особлива вдячність колегам із Криму та Донбасу: Рефіку Джаферовичу Куртсетову, Борису Григоровичу Нагорному, Валерію Васильвичу Бурезі, Світлані Вікторівні Хобті, Катерині Михайлівні Котеленець, Ользі Сергіївні Петренко, Сергію Олександровичу Кравцову, Олені Володимирівні Біклі, Валерію Миколайовичу Зибцеву, Олені Юріївні Клименко, Валентині Іванівні Ніколаєвій, Наталії Сергіївні Скок, Богдану Васильовичу Слющинському та іншим колегам. Дякуємо вам, шановні друзі, за вашу відданість справі соціології, за мужність, яку ви виявили, щоб бути присутніми на нашому з'їзді. Ваша участь у роботі вищого органу Соціологічної асоціації України зайвий раз продемонструвала єдність нашої організації, а, отже, єдність нашої країни. Я вже неодноразово говорив про те, що тільки Соціологічна асоціація висловила своє ставлення до подій жовтня-листопада 2013 р., зокрема до розгону Євромайдану 30 листопада 2013 р. У зверненні до В. Януковича, яке було одноставно прийнято на засіданні Правління САУ 10 грудня 2013 р., в якому взяли участь представники всіх регіонів України, в тому числі Криму, Донецька та Луганська, так от, у цьому зверненні ми вимагали від Президента покарати тих, хто віддав злочинний наказ щодо побиття студентів та інших учасників Майдану.

Я впевнений, що наша асоціація і в подальшому буде демонструвати свою єдність у вирішенні проблем, які виникають як у життєдіяльності соціологічної спільноти, так і у житті суспільства в цілому. Адже, на моє глибоке переконання, одним із найважливіших завдань Соціологічної асоціації України, якщо хочете, її місією є всляке сприяння консолідації соціологічної спільноти та українського суспільства в цілому, порозумінню мешканців різних регіонів нашої країни, в тому числі завдяки

формуванню у них соціологічного мислення.

Я хочу привітати наймолодших гостей нашого з'їзду – учасників XIII Всеукраїнської наукової конференції студентів та аспірантів «Соціологія у постсучасності», майбутніх корифеїв вітчизняної та світової соціології, які представляють різні соціологічні школи нашої країни.

Готуючи звіт про роботу САУ протягом 2011-2015 років, ми звернулись до наших регіональних відділень з проханням надіслати інформацію щодо їхньої діяльності у зазначений термін. Отже, ця доповідь є звітом про вашу роботу, шановні колеги.

Що ж було зроблено соціологами України протягом останніх чотирьох років, у тому числі за ініціативи Правління САУ та бюро її регіональних відділень.

Почну з організаційної та фінансової роботи асоціації, якою опікувалась віце-президент САУ Людмила Георгіївна Сокурянська. Перш за все схарактеризую кількісний та якісний склад САУ. Як свідчить отримана Правлінням інформація, сьогодні Соціологічна асоціація України налічує близько 800 індивідуальних членів та 19 колективних членів. Протягом останніх чотирьох років до асоціації вступили майже 100 індивідуальних та 5 колективних членів. Вийшли зі складу САУ близько 120 осіб (переважно колишні студенти ВНЗ). У складі САУ близько 80 докторів наук, більше 300 кандидатів наук, 128 студентів та аспірантів, 75 керівників різних соціологічних підрозділів. Українські соціологи є ректорами деяких вищих навчальних закладів (В. П. Андрущенко, В. С. Бакіров, Л. В. Губерський), входять до складу численних міжнародних професійних та громадських організацій, органів влади та місцевого самоврядування. Так, голова Запорізького регіонального відділення САУ Едуард Анатолійович Гугнін сьогодні є заступником голови Запорізької обласної державної адміністрації, а член Харківського відділення САУ Світлана Олександрівна Горбунова-Рубан є віце-мером Харкова. Свого часу віце-губернаторами Харківщини були доктор соціологічних наук Олександр Леонідович Сидоренко та док-

тор соціологічних наук Людмила Олександрівна Белова.

Важливо зазначити, що в останні роки по-жвавилась робота з прийому до САУ студентів та аспірантів. Особливо активна така робота ведеться у Львівському, Дніпропетровському, Харківському, Закарпатському та Чернівецькому відділеннях САУ.

Восени минулого року в нашій асоціації з'явилося ще одне регіональне відділення – Черкаське. Ми раді вітати делегатів нашого з'їзду, які представляють нове відділення САУ: Людмилу Андріївну Дудко – голову Черкаського відділення САУ, Анжелу Іванівну Бойко, Марію Йосипівну Дмитренко, Тетяну Дмитрівну Чубіну. На відміну від інших регіональних відділень САУ, які були створені та працюють перш за все на базі вищих навчальних закладів, Черкаське відділення створено за ініціативи співробітників Черкаського бізнес-коледжу та підтримки його ректора – професора Кукліна Олега Володимировича.

Правління асоціації тісно співпрацює з більшістю регіональних відділень САУ. Хоча висловити велику вдячність усім керівникам регіональних відділень за активну роботу в нашій асоціації.

Надзвичайно цікавою та різноманітною в останні чотири роки була робота Херсонського відділення САУ, яким сьогодні керує Микола Анатолійович Гоманюк. Докладніше про роботу цього відділення, як і деяких інших регіональних відділень САУ, можна дізнатися, зайшовши на офіційний сайт нашої організації.

На жаль, нам не вдалося налагодити співпрацю з Хмельницьким та Чернігівським відділеннями САУ та відновити роботу Житомирського відділення, яке протягом декількох років успішно працювало на чолі з Оленою Михайлівною Диковою-Фаворською, яка зараз працює в Києві. Завданням майбутнього складу Правління САУ має бути створення регіонального відділення САУ в Полтаві та Вінниці.

Певні труднощі виникали у звітний період зі сплатою членських внесків до САУ, особливо після VII з'їзду, на якому розмір індивідуального внеску був збільшений з 25 грн. до 100 грн. Не завжди своєчасно сплачувались як індивідуальні, так і колективні внески. Тим не менш, з травня 2011 р. по 1 квітня 2015 р. на рахунок САУ було перераховано 78 859 грн. З них на різноманітні заходи, здійснені під егідою САУ (проведення Шкіл молодого соціолога, видання «Українського соціологічного журналу», друкування інструментарію досліджень, здійснення за рішенням Правління САУ; виготовлення медалі САУ «За видатний внесок у розвиток соціології» тощо), було витрачено 74 724 грн., про що свідчать відповідні банківські документи. Сьогодні на рахунку САУ близько 16 400 грн. Докладніше про це, мабуть, йтиметься у виступі

голови ревізійної комісії САУ Валентини Іванівни Подшивалкіної.

За статуттом САУ, найважливішими завданнями Соціологічної асоціації України є об'єднання зусиль соціологів країни у справі розвитку соціологічної науки та освіти, популяризація нашої науки, підвищення її рейтингу, особливо у тих регіонах чи містах, які не вважаються провідними центрами вітчизняної соціології; поліпшення професійної підготовки соціологічної молоді тощо. Саме з цих завдань ми виходили, організовуючи роботу Шкіл молодого соціолога (керівник програми САУ «Школа молодого соціолога» Л. Г. Сокур'янська). Протягом 2011-2015 років було проведено 4 таких школи. У 2011 р. робота школи, яка проходила на базі Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, була присвячена питанням методології та методики соціологічного аналізу українського суспільства. У 2013 році було проведено дві школи: в Умані та Запоріжжі. Перша з них – Школа соціолога-практика «Соціологічне забезпечення соціальної політики» – проходила на базі Національного університету садівництва (м. Умань). Її організаторами, окрім САУ та Харківського національного університету, були Черкаська обласна державна адміністрація та Черкаська обласна рада. Вперше слухачами Школи були представники соціологічних служб обласних державних адміністрацій. За їхніми відгуками, майстер-класи провідних вітчизняних соціологів, в роботі яких вони взяли участь, були надзвичайно корисними для їхньої професійної діяльності.

Організатором наступної Школи (Школи майбутнього соціолога «Соціологічна співдружність») були САУ, зокрема її молодіжний сектор на чолі з Олександром Дейнекою, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна та Запорізький національний університет. До участі в роботі школи були запрошені студенти-старшокурсники та аспіранти соціологічних факультетів ВНЗ України.

У червні 2014 року на базі Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича була проведена Школа молодого соціолога «Глобальні контексти української соціології: вивчати і навчати», до участі у якій були запрошені молоді викладачі соціологічних дисциплін.

Окрім того, на прохання Черкаського відділення САУ у листопаді 2014 року на базі Черкаського бізнес-коледжу було проведено семінар викладачів вищих навчальних закладів I-IV рівня акредитації Черкаської області «Соціологічні інтерпретації сучасного суспільства: вивчати і навчати».

Всього в роботі Шкіл та семінару взяли участь близько 100 учасників. Слухачі шкіл не тільки брали участь у майстер-класах відомих вітчизняних соціологів, але й готували

підсумкові творчі роботи, кращі з яких були опубліковані в українських соціологічних виданнях. Важливою складовою роботи Шкіл була їхня культурна програма. Учасники шкіл, серед яких були представники всіх регіонів України, зокрема таких міст, як Київ, Харків, Одеса, Дніпропетровськ, Донецьк, Луганськ, Ужгород, Запоріжжя, Чернівці, Черкаси, Луцьк, Херсон, Львів, Івано-Франківськ, Умань, Дрогобич та ін., мали змогу познайомитися з історією, культурними та природними пам'ятками того регіону чи міста, де проводилися Школи. Так, учасники Школи познайомилися з Франковим краєм, здійснили екскурсію до музею-садиби Івана Франка у Нагуєвичах та музею Бруно Шульца, були гостями всевітньовідомої Міжнародної клініки реабілітації за методом В. Козьявкіна у Трускавці; відвідали перлину паркового мистецтва Софіївку та центр хасидської релігії в Умані; острів Хортицю та меморіальний комплекс «Запорізька січ»; слухали органну музику у католицькому соборі та чоловічий хор православного храму у Чернівцях, побували у Канєві на могилі Тараса Шевченка.

Проте головним результатом роботи Шкіл, на думку їхніх організаторів та учасників, є міцні професійні та дружні стосунки, які склалися між слухачами Шкіл, що, безперечно, сприятиме згуртованості соціологічної спільноти України в її теперішньому та майбутньому.

Наша велика вдячність всім майстрам, які брали участь у проведенні Шкіл: Євгену Івановичу Головасі, який брав участь практично у всіх (за винятком однієї) Школах; Наталії Йосипівні Черниш, Андрію Петровичу Горбачику, Людмилі Георгіївні Сокурянській, Володимирі Борисовичу Євтуху, Володимирі Абрамовичу Полтораку, Ларисі Михайлівні Хижняк, Світлані Андріївні Щудло, Максиму Анатолійовичу Лепському, Юлії Георгіївні Сороці, Оксані Якимівні Даниленко, Віталію Михайловичу Онищуку, Світлані Володимирівні Романенко, яка робила майстер-класи на всіх Школах; Ірині Іванівні Шеремет, Олександрі Сергійовичу Голікову, Людмилі Григорівні Проценко. Як бачимо, наші майстри також представляли всі регіони України. Два майстер-класи в межах роботи Шкіл молодого соціолога були проведені Президентом Соціологічної асоціації України.

За підтримки САУ протягом звітного періоду були проведені всеукраїнські студентські олімпіади та конкурси студентських робіт з соціології у Києві, Харкові, Луганську.

Серед заходів, здійснених Соціологічною асоціацією України, що стали подіями у житті нашої професійної спільноти, назвемо II Конгрес Соціологічної асоціації України «Соціологія і суспільство: взаємодія в умовах кризи». Конгрес був проведений 17-19 жовтня 2013

року на базі Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Участь у Конгресі взяли близько 500 соціологів України, Росії, Білорусії, Казахстану, Литви, Вірменії, Молдови, Польщі, Угорщини, Німеччини, США, Великої Британії та інших країн. Українські учасники представляли практично всі соціологічні центри нашої країни, зокрема освітні та дослідницькі установи Харкова, Києва, Дніпропетровська, Донецька, Одеси, Луганська, Запоріжжя, Луцька, Львова, Кривого Рогу, Ужгороду, Умані, Мелітополі, Сум, Дніпродзержинська, Сімферополя, Івано-Франківська та інших міст. Великою подією стала участь у Конгресі метра сучасної соціологічної науки доктора філософських наук, професора Володимира Олександровича Ядова.

Велику увагу учасників II Конгресу САУ привернув «круглий стіл» «Теоретичні проблеми дослідження суспільств, що трансформуються», проведений за ініціативи професора Ядова В. О. та професора Хмелько В. Є.

За звітний період Правлінням САУ було проведено 5 інтернет-конференцій з проблем соціологічної освіти, результати яких публікувалися у вітчизняних соціологічних виданнях, у тому числі в «Українському соціологічному журналі», який був заснований САУ та Харківським національним університетом імені В. Н. Каразіна у 2008 р. Маємо висловити щирі вдячність за організацію, проведення та підготовку до друку матеріалів інтернет-конференцій члену Правління САУ Світлані Володимирівні Романенко.

Окрім зазначених конференцій, за ініціативи чи під патронатом САУ та її регіональних відділень було організовано та проведено близько 150 міжнародних та загальнонаціональних конференцій, семінарів, «круглих столів». Серед них такі, як щорічні «Харківські соціологічні читання», «Панінські читання» та «Якубинська наукова сесія», «Проблеми розвитку соціологічної теорії (м. Київ)», «Одеські читання з соціальних наук», «Львівський соціологічний форум», «Сучасні соціально-гуманітарні дискурси» (м. Дніпропетровськ), «Придніпровські соціально-гуманітарні читання» (м. Кіровоград), «Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління» (м. Донецьк), щорічні конференції з проблем освіти, які організовує Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія», та ще багато інших конференцій, які проводились у Луцьку та Чернівцях, Ужгороді та Херсоні, Сумах та Івано-Франківську, Луганську та Тернополі.

Одним із важливих напрямів роботи САУ є наукові дослідження різноманітних проблем життєдіяльності сучасного українського суспільства, в тому числі здійснені дослідницькими комітетами САУ. На сьогодні при САУ

zareestrowano 23 doslidnytskikh komiteti. Prote pracojuť daleko ne vsi z nich. Narazi Pravlinnja, zokrema vice-prezident SAU z pitan' roboti doslidnytskikh komitetiv Natalija Jiosipivna Černiš, otrimala informaciu pro dijalnists' liše dejakih komitetiv.

Ця інформація свідчить про те, що, на жаль, діяльність дослідницьких комітетів САУ, особливо в останній час, носила спорадичний характер і мала тенденцію до згорання пошукових ініціатив практично у всіх сферах соціологічного знання. Звичайно, це можна пояснити різким загостренням соціально-політичної ситуації, системною кризою усього сучасного українського суспільства, послабленням традиційних зв'язків між соціологами різних регіонів країни. Разом з тим деякі провідні комітети САУ, які завжди задавали тон у науково-дослідній активності нашої академічної спільноти, не тільки не зменшили масштаби своєї діяльності, але й вийшли на нові рубежі і досягли вагомих результатів.

Це стосується насамперед провідного комітету САУ з питань логіки і методології соціологічного дослідження (керівник – проф. Яковенко Ю. І.). Як видно із звіту про діяльність цього комітету, розміщеного на сайті САУ, члени цього комітету організували і провели роботу секції «Сучасна соціологія у пошуках адекватної методології та теорії» в рамках роботи II Конгресу САУ, на якій було висунуто низку важливих в теоретико-методологічному плані положень і принципів, довкола яких розгорнулися наукові дискусії. Ще одним науковим доробком цього комітету можна вважати завершення у 2014 р. виконання НДР на тему: «Методологія порівняльно-культурних досліджень сучасних суспільств». Основним науковим продуктом названої теми стала процедура якісної та кількісної перевірки валідності та надійності шкали культурного інтелекту в Україні. Загалом представники цього комітету протягом звітного періоду оприлюднили 8 наукових публікацій, в тому числі колективні монографії та розділи у щорічних моніторингових дослідженнях Інституту соціології НАН України, матеріали проведення Міжнародного конкурсу «Кращий молодий соціолог року», статті у фахових соціологічних виданнях.

Два комітети САУ – з питань соціології культури та соціології комунікацій під проводом Наталії Вікторівни Костенко виступили організаторами низки досліджень, результати яких було видано у двох монографіях, статтях, матеріалах реалізації як вітчизняних наукових проєктів (моніторинг з дослідження ціннісної структури суспільства, споживання у сфері культури та медіа, 2011-2014 рр., дослідження цінностей учасників Євромайдану, 2013 р.), так і фрагментів з виконання міжнародних проєктів (насамперед Європейського соціального досліджен-

ня (2011 і 2013 рр.), проєкту «Регіон, нація та інше: інтердисциплінарне та міжкультурне переосмислення України», (2012-2015 рр.), що координується Університетом Санкт-Галлена у Швейцарії, та ін.

Комітет САУ з питань соціології народонаселення та демографічної освіти (керівник – Ірина Михайлівна Прибиткова) протягом звітного періоду працював в режимі моніторингу шести головних проблем, які мають неабияку практично-політичну значущість для нашого суспільства. Особливістю науково-дослідної діяльності цього комітету можна вважати скерування його представників на різноманітні види співпраці з Президією НАН України, Інститутом законодавства Верховної Ради та Міжнародної організації з міграції, проблем правового захисту українських мігрантів в Європі, комітетами Верховної Ради (зокрема, участь у слуханнях Комітету Верховної Ради України з питань прав людини, національних меншин і міжнародних відносин), участь у роботі низки «круглих столів» всеукраїнського масштабу, активна співпраця з провідними ЗМІ країни.

Комітетом з соціології освіти (керівник В.Бакіров) спільно з комітетом з соціології молоді (керівник Сокурянська Л. Г.) у 2014 році біло здійснено дослідження за програмою четвертої хвилі «Євростудента», результати якого вже опубліковані і можуть бути використані у нашій подальшій роботі. Ці ж комітети спільно з комітетом з соціології організації і управління (керівник Хижняк Л. М.) провели всеукраїнське дослідження «Соціокультурні бар'єри модернізації вищої школи в Україні», за результатами якого підготовлено монографію, яка вийде друком у травні цього року. Окрім того, протягом 2012-2014 років дослідницьким комітетом з соціології молоді були здійснені міжнародні дослідження «Ціннісні орієнтації та життєві плани сучасного студентства» (Україна, Росія, Білорусія, Вірменія) та «Університетське студентство: навчальні практики, політичні позиції, життєві стратегії» (Харків, Мінськ, Вільнюс). Сьогодні комітет з соціології молоді здійснює українсько-польське дослідження «Студентство пограниччя: соціологічний портрет», а також бере участь у дослідженні «Випускник-2015», яке проводиться серед школярів випускних класів прикордонних регіонів Польщі, Словаччини, Угорщини та України.

Але ці приклади плідної науково-дослідної діяльності провідних комітетів САУ не можуть зняти з порядку денного нагальну потребу відновлення дослідницького потенціалу усього загалу соціологів нашої країни, активізації їхніх зусиль з вироблення нових, нетривіальних методологічних підходів та методичних технологій аналізу сучасного українського суспільства, визначення його сутнісних рис і

характеристик як суспільства нового, незнаного раніше типу, назву для якого нам усім ще належить встановити.

Згідно з отриманою Правлінням САУ інформацією, вітчизняними соціологами протягом останніх чотирьох років було здійснено більше 150 дослідницьких проектів від міжнародного до регіонального рівнів. Так, соціологи різних дослідницьких центрів країни протягом звітної періоду працювали над науково-дослідницькими проектами з фінансуванням за результатами конкурсів:

- Європейської Сьомої Рамкової програми,
- Фонду фундаментальних досліджень Швейцарії,
- Національного наукового фонду США,
- дослідницької програми НАТО,
- Інституту Відкритого Суспільства,
- Інституту Кеннана у Вашингтоні,
- програми Fullbright,
- програм DAAD,
- програми «Case» академічного прикордонного співробітництва,
- Академії наук Словенії, Росії, Угорщини, Білорусії та України,
- університетів Канади, Німеччини, Франції, Великої Британії, Польщі,
- дослідницьких програм уряду Японії тощо.

Одним з найбільш вагомих результатів стала спеціальна доповідь Світового Банку по Україні «Зайнятість та соціальна згуртованість: кейс України, 2012-2013», представлена у: «The World Bank Report 2013: Jobs». Доповідь підготовлена доц. Бабенко Світланою Сергіївною (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) у співавторстві з економістами Києво-Могилянської академії та Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.

Протягом звітної періоду продовжена участь (з 2004 р.) українських соціологів у потужному та найавторитетнішому соціологічному дослідницькому проекті в Європі - «Європейське соціальне дослідження». Проведено п'яту (2010\11) та шосту (2012\13) хвилі опитування в Україні, що стало можливим перш за все завдяки активності національного координатора по Україні Андрія Петровича Горбачика, члена наукової ради проекту від України Євгена Івановича Головахи, Інституту соціології НАН України, компанії «Социс», яка забезпечила проведення опитувальних робіт, а також грантовий підтримці Міжнародного фонду «Відродження» та НАН України. Нова хвиля дослідження, яка мала відбутись у 2014 році, є на грані зриву через проблеми фінансування.

У 2010-2012 рр. проведено збір емпіричних даних в межах 6-ї хвилі програми Світового дослідження цінностей (WVS) та проекту Європейського дослідження цінностей (EVS) (ке-

рівник опитувальних робіт по Україні – Ольга Миколаївна Балакірева). Важливим результатом виконання цих проектів стало включення даних по Україні до Атласу Європейських цінностей.

Соціологи Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна здійснюють сьогодні масштабне соціологічне дослідження «Кордони Європейського Союзу: потенціали і виклики еволюції концепцій кордонів у світі періоду закінчення холодної війни» (2012 – 2016 р.р.), що фінансується Європейською Комісією в межах 7 Рамкової Програми (обсяг фінансування 207 тис. євро; керівник – Ольга Аркадіївна Філіппова), а також дослідження «Інноваційний підхід до мотивації організацій щодо проведення науково підтверджених впрофілактичних втручань серед споживачів ін'єкційних наркоманів» (2012– 2016 р.р.), що фінансує Національний інститут здоров'я США (керівник – Ольга Аркадіївна Філіппова).

Я думаю, що в цій залі немає жодної людини, яка б не погодилась зі мною у тому, що найбільш знаним та авторитетним проектом, що реалізується в Україні протягом останніх 23 років, проектом, який не має аналогів у світовій соціології, є моніторинг Інституту соціології НАН України. У минулому році сталася видатна й безпрецедентна (наразі в історії української соціальної науки) подія – творчий колектив авторів Моніторингу був удостоєний Державної премії України у галузі науки і техніки. Вітаємо Валерія Михайловича Ворону, Євгена Івановича Головаху та весь колектив Інституту соціології з високою державною нагородою!

За результатами проектів, реалізованих протягом 2011-2014 рр., опубліковано близько 90 монографій та більше 4000 наукових статей.

Майже кожне регіональне відділення САУ має періодичні видання з соціології. Всього таких видань 80, більше 30 з яких є фаховими. Як зазначалось вище, САУ спільно з соціологічним факультетом Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна видає «Український соціологічний журнал», публікація в якому для членів САУ є безкоштовною, оскільки видання журналу здійснюється за кошти асоціації, тобто за наші з вами щорічні внески, а також за кошти Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Під патронатом САУ також виходять такі електронні соціологічні видання, як «Молодь у Центральній та Східній Європі. Соціологічні студії», «Молодіжна політика: проблеми та перспективи» (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка та Львівське відділення САУ), «Соціологія майбутнього: науковий журнал з проблем со-

ціології молоді та студентства» (Харківській національній університет імені В. Н. Каразіна та Харківське відділення САУ) та ін.

Надзвичайно важливою ланкою роботи САУ є її міжнародна діяльність, якою опікується віце-президент САУ Ольга Дмитрівна Куценко.

Основні зусилля у цьому напрямі були спрямовані на підтримку регулярного членства САУ у Міжнародній та Європейській соціологічних асоціаціях (МСА та ЄСА) та розвитку регулярних контактів з ними. Це передбачало забезпечення щорічної сплати колективних членських внесків САУ, щорічне звітування про стан національної асоціації перед Радою національних асоціацій МСА та ЄСА, регулярна участь у зборах Ради національних асоціацій та Асамблеї Рад МСА.

Членські внески САУ сплачувались щорічно до МСА, що дозволило САУ отримати грант на організацію конференції та нашого з'їзду. На жаль, за браком коштів членські внески САУ сплачені до ЄСА тільки по 2013 рік (сплата 200 євро раз на 2 роки), на даний момент членство САУ в ЄСА призупинено.

Діяльність МСА та ЄСА, як зазначалось вище, передбачає проведення щорічних зборів Ради ЄСА та зборів Ради МСА (раз на два роки). За браком коштів О.Д.Куценко як віце-президент САУ з міжнародної діяльності взяла участь лише у двох зборах Рад: в асамблеї Ради національних асоціацій ЄСА, яка пройшла у Парижі в штаб-квартирі ЄСА 25 жовтня 2012 р., та у 3-й конференції Ради національних асоціацій МСА «Соціологія у часи безладу: порівняльні підходи», яка пройшла в Анкарі (Туреччина) 13-16 травня 2013 р.

Незважаючи на фінансові проблеми, українські соціологи (переважно за власний кошт або за кошт приймаючої сторони) беруть участь у конференціях, конгресах тощо, які відбуваються за кордоном. Так, в роботі 13-го Світового конгресу соціології МСА, який пройшов в Японії (Йокогама) у 2014 р., українська соціологія мала достатньо значне представництво: 12 наших колег взяли участь у конгресі (серед них не тільки кияни – В. Паніотто, Н. Харченко, О. Красновський, Д. Хуткий, А. Сімкович, А. Рябчук, А. Марченко, Г. Герасименко, В. Іщенко, В. Жовновата, але й голова Рівненського відділення САУ Олеся Миколаївна Кириленко та голова Південноукраїнського відділення САУ Оксана Рейнгольдівна Личковська).

У 2013 році САУ взяла участь у європейському конкурсі на отримання права провести 12-у європейську конференцію з соціології, яка проходить раз на 2 роки і є вищим форумом Європейської асоціації національних соціологічних об'єднань. На форумі очікувалось до 4000 учасників. Аплікація готувалась спільними

зусиллями САУ та Української компанії з організації виставок «Євроіндекс» за підтримки Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Інституту соціології НАН України, Національного технічного університету «КПІ», Київського міжнародного інституту соціології, Національного університету «Києво-Могилянська академія», Фонду «Демократичні ініціативи». Обґрунтування доцільності та можливості проведення Європейської конференції у 2015 році презентовано О. Куценко в університеті м. Турін (Італія) на спеціальних зборах виконавчого комітету ЄСА. Проте, незважаючи на найвищі оцінки, які наша заявка отримала від членів виконкому ЄСА, САУ не виграла конкурс на право проведення 12-ї Європейської конференції у 2015 році. Перевага була надана м. Прага.

Важливим напрямом реалізації міжнародної діяльності САУ була організація роботи міжнародних літніх шкіл. Так, у межах проекту «Європейські візії та розрізнення: порівняльні дослідження у викладанні соціології» (2009-2012), здійсненого за фінансової підтримки програми Інституту Відкритого суспільства HESP\ReSET та академічної підтримки Європейської соціологічної асоціації й Соціологічної асоціації України, було проведено три 10-14 - денні міжнародні літні школи (в Криму), три проміжні 7-10 денні навчальні сесії (у Києві). Організатори та основні виконавці проекту: О. Д. Куценко (академічний директор, Київ), К. Вольяс (академічний співдиректор, Абердін, Велика Британія), А. П. Горбачик (виконавчий директор, Київ), С. С. Бабенко (координатор проекту).

У проекті взяли участь 30 молодих викладачів та дослідників з університетів України, Білорусії, Латвії, Росії, Молдови, Вірменії та Грузії. Серед українських учасників проекту були молоді викладачі з Київського, Харківського, Дніпропетровського, Івано-Франківського, Запорізького, Східноєвропейського національних університетів, а також Києво-Могилянської академії та Донецького університету управління.

З кінця 2013 року особливу увагу САУ було приділено широкому інформуванню соціологів закордонних університетів та дослідницьких інституцій про ситуацію в Україні. Зокрема, з лютого 2014 р. віце-президент з міжнародної співпраці кожний тиждень писала й направляла листи з аналізом перебігу ситуації в Україні, коментарями та листами на підтримку України до Міжнародної, Європейської, Російської, Німецької соціологічних асоціацій, до видатних соціологів різних країн.

Протягом останніх чотирьох років, як ніколи раніше, було багато роботи у комісії САУ з професійної етики, яку очолює Євген Іванович

Головаха. Комісією було підготовлено більше 50 висновків щодо тих чи інших дослідницьких проектів. При цьому надані висновки стосувались не тільки суто етичних проблем, але й питань щодо методології та методики досліджень, які передбачались проектами, поданими на розгляд комісії. З огляду на це, а також враховуючи численні суперечки та навіть конфліктні ситуації, які виникають сьогодні з приводу методів та процедури здійснення досліджень, у тому числі в зоні АТО, на анексованих та окупованих територіях, Правління САУ прийняло рішення щодо створення комісії з питань методології та методики соціологічних досліджень, запропонувавши очолити її Ользі Миколаївні Балакіревіч.

Звичайно, перелічене мною вище не вичерпує всього, що було зроблено нашою асоціацією за останні чотири роки. Зроблено багато, але далеко не все, що ми мали зробити.

Отже, чого ми не зробили. Окрім вже зазначеного вище (відсутність контактів з деякими регіональними відділеннями САУ, негаразди зі сплатою членських внесків, номінальне існування більшості дослідницьких комітетів САУ тощо), назву незадовільну, зокрема не завжди оперативну, роботу офіційного сайту САУ, який потребує суттєвого переоформлення (сподіваюсь, що це можна буде зробити завдяки отриманому нами цього року гранту від Міжнародної соціологічної асоціації), відсутність сайтів регіональних відділень, створення яких було передбачено резолюцією VII з'їзду САУ, тощо.

Але головне, що асоціація мала б зробити, але так і не змогла, – це те, що ми не відстояли соціологію як обов'язкову навчальну дисципліну. Хто, як не соціологи, мають говорити з майбутніми фахівцями про те, що відбувається у нашому суспільстві та світі в цілому; чому так відбувається, що може консолідувати Україну тощо. Складається парадоксальна ситуація. Сьогодні в Україні більш ніж 40 вищих навчальних закладів готують соціологів. Більше того незважаючи на складні процеси у вищій школі, професійна соціологічна підготовка у вищих навчальних закладах не звужується, а розширюється. Впродовж останніх років відкрито напрям підготовки «Соціологія» у низці університетів, зокрема у Київському національному технічному університеті «КПІ», Дрогобицькому державному педагогічному університеті імені Івана Франка, Івано-Франківському національному університеті імені Василя Стефаника та інших ВНЗ. Цього року в Івано-Франківську створено Соціологічний центр, на урочисте відкриття якого, яке відбудеться наприкінці травня – початку червня 2015 р., нас запросила голова Івано-Франківського відділення САУ Ольга Володимирівна Максимович. Все це утверджує статус соціології.

Але такої дисципліни, як соціологія, немає в навчальних планах. Що робити викладачам

соціології, особливо у тих ВНЗ, де немає спеціальної соціологічної підготовки. Більше того, за умов, що склалися, чому навчати студентів-соціологів, до якої діяльності їх готувати. Відповіді на ці питання ми намагалися знайти на засіданні «круглого столу» «Соціолог на ринку праці: чому навчати сучасних студентів», який проходив в межах «Харківських соціологічних читань – 2014». Сподіваюсь, що ми зможемо отримати корисну для нас інформацію і завдяки опитуванню випускників соціологічних факультетів та відділень ВНЗ України, яке зараз здійснюється за рішенням Правління САУ під керівництвом Світлани Володимирівни Романенко. Звичайно, університети, в яких здійснюється підготовка соціологів, не сидять, склавши руки. У багатьох із них (у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна, Дрогобицькому державному педагогічному університеті імені Івана Франка та деяких інших) ведеться активний пошук нових освітніх програм, які б підвищували якість освіти, інтегрували нас до європейського освітнього простору, зокрема реалізується освітній проект «Подвійний диплом», який передбачає спільну підготовку соціологів за гармонізованими освітніми програмами на засадах академічної мобільності.

І все ж таки, як нам виходити із ситуації, що склалася з викладанням соціології. Правління САУ неодноразово звертались до Міністерства освіти і науки України з пропозицією повернути соціології статус обов'язкової вузівської дисципліни. Але результату поки що немає. Отже, маємо думати, що робити далі, як довести можновладцям, що соціологія і соціологи потрібні нашій країні, що згортання соціологічної освіти і науки буде гальмувати наш рух до цивілізованого, освіченого суспільства, до суверенної, демократичної, правової, соціальної держави. Давайте думати разом, шановні колеги.

Завершуючи свою доповідь, хочу підкреслити головне – наша асоціація відбулася, вона об'єднала нас. Сьогодні ми не просто колеги, а друзі, однодумці, нас пов'язують не лише професійні, а й тісні дружні стосунки.

Хочу висловити щирі вдячність всім членам Правління САУ, її віце-президентам, керівникам комісій та дослідницьких комітетів, головам та членам бюро регіональних відділень, вам, шановні делегати та гості з'їзду, всім соціологам країни за плідну роботу на благо нашої науки та українського народу.

Дякую за увагу!

ПРЕДСТАВЛЯЄМО НОВЕ ВІДДІЛЕННЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ АСОЦІАЦІЇ УКРАЇНИ

Минулого року Соціологічна асоціація України (САУ) поповнилася новим відділенням: 10 листопада 2014 року Черкаським міським управлінням юстиції було зареєстровано Черкаське регіональне відділення (ЧРВ) САУ. Сьогодні у складі відділення 21 член САУ, серед яких 3 доктори наук, професори, 10 кандидатів наук, доцентів, 1 керівник навчального закладу, 3 завідувачі кафедр, 2 приватні підприємці. До складу регіонального відділення входить Черкаський державний бізнес-коледж, який є колективним членом САУ.

Метою діяльності Черкаського відділення САУ є сприяння розвитку соціологічної науки та освіти на Черкащині, поширення соціологічних знань серед населення міста та області, методологічне забезпечення соціологічних досліджень, захист інтересів соціологів – членів ЧРВ САУ, підвищення ними свого професійного рівня кваліфікації.

Серед завдань Черкаського відділення САУ такі, як:

- сприяння розширенню наукових зв'язків та співробітництва соціологів – членів відділення;

- організація та проведення ініціативних соціологічних досліджень, вивчення громадської думки населення області;

- організація та проведення соціологічних та маркетингових досліджень на замовлення фізичних та юридичних осіб, підприємств, установ, Соціологічної асоціації України, соціологічних центрів на території області та за її межами;

- проведення конференцій, семінарів, «круглих столів» з різноманітних проблем суспільного розвитку;

- випуск інформаційних, рекламних матеріалів у галузях соціології, маркетингу, економіки, інших соціогуманітарних та соціально-економічних наук;

- співпраця з місцевими органами влади, підприємствами, організаціями, іншими місцевими структурами;

- надання консультацій, інформаційних послуг різним категоріям населення області.

За рік своєї роботи Черкаським регіональним відділенням САУ були організовані та проведені такі заходи:

- обласний науково-методичний семінар

викладачів соціології ВНЗ I-IV рівня акредитації «Соціологічні інтерпретації сучасного суспільства: вивчати і навчати» (14-15 листопада 2014 р.), в межах якого були проведені майстер-класи доктора філософських наук, професора, заступника директора з наукової роботи Інституту соціології НАН України, голови комісії САУ з професійної етики Головахи Є. І. на тему «Українське суспільство: динаміка соціальних змін (за результатами моніторингу Інституту соціології НАН України)», доктора соціологічних наук, професора, завідувачки кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, віце-президента САУ Сокурянської Л. Г. на тему «Соціологічні інтерпретації молодіжної ідентичності: досвід дослідження та особливості викладання» та кандидата соціологічних наук, доцента, доцента кафедри соціальних структур та соціальних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка Бабенко С. С. на тему «Соціологія в аудиторії: виклики викладання». Окрім того в межах семінару був проведений «круглий стіл» зі студентами та молодими викладачами Черкаського державного бізнес-коледжу на тему «Молодіжні паніки: від революції сексуальної до революції гідності» (модератор – проф. Сокурянська Л. Г.); лекція проф. Головахи Є. І. «Трансформація цінностей: європейський вектор» та лекція доц. Бабенко С. С. «Цінність розмаїття versus розділене суспільство: соціальне конструювання протиріч»;

- соціологічна секція в межах VII студентської науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи розвитку економіки України: погляд молоді» (спільно з Черкаським державним бізнес-коледжом) (21-22 квітня 2015 р.);

- соціологічна панель у рамках II обласного філософського форуму «Філософія: вчора, сьогодні і навіщо» (спільно з Черкаським державним технологічним університетом) (12 листопада 2015р.);

- всеукраїнська Школа-семінар викладачів соціогуманітарних дисциплін «Україна в дзеркалі соціології: дослідження часів незалежності» (спільно з Правлінням САУ та Харківським національним університетом

імені В. Н. Каразіна). В межах Школи-семінару були проведені майстер-класи Президента Соціологічної асоціації України, ректора Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, академіка НАН України, доктора соціологічних наук, професора Бакірова В. С. «Місія соціології у сучасному світі: український контекст»; доктора філософських наук, професора, заступника директора з наукової роботи Інституту соціології НАН України Головахи Є. І. «Українське суспільство часів незалежності: соціальні зміни та сучасні виклики»; кандидата соціологічних наук, завідувачки відділу моніторингу соціально-економічних трансформацій ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», голови правління Українського інституту соціальних досліджень імені Олександра Яременка Балакіревої О. М. «Методологічні виклики та практика проведення соціологічних досліджень в умовах кризового суспільства»; доктора соціологічних наук, професора, віце-президента Соціологічної асоціації України, голови Харківського відділення САУ, завідувачки кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, академіка АН вищої школи України Сокурянської Л. Г. «Культурна нормалізація молоді як альтернатива її проблематизації»; кандидата соціологічних наук, докторанта кафедри соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Голікова О. С. «Аналіз та інтерпретація соціологічних даних: професіоналізм і медіа»; доктора соціологічних наук, професора, професора кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, академіка АН вищої школи України Хижняк Л. М. «Вища освіта України в європейському освітньому та науковому просторі: стан та бар'єри інтеграції».

У планах роботи Черкаського регіонального відділення САУ на 2016 р. участь в організації: всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціальні та гуманітарні технології : філософсько-освітній аспект», яка буде проведена на базі Черкаського державного технологічного університету у березні 2016 р.; підготовка та проведення спільно з Черкаським інститутом пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля міжвузівської наукової конференції «Гуманітарний дискурс суспільних проблем : минуле, сучасне, майбутнє» (квітень 2016 р.); організація заходів до Міжнародного дня захисту дітей (спільно з Черкаським державним бізнес-коледжем) (червень 2016 р.); святкування Дня соціолога (жовтень 2016 р.) та ін.

Члени Черкаського регіонального відділення САУ беруть активну участь у таких всеукраїнських та міжнародних конференціях, які проводяться під егідою Соціологічної асоціації України, як «Харківські соціологічні читання» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна), «Якубинська наукова сесія» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна), Соціологічні читання пам'яті Наталії Вікторівни Паніної (Інститут соціології НАН України), всеукраїнська наукова конференція студентів та аспірантів «Соціологія у (пост)сучасності» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна) та ін.

У грудні 2014 року бюро Черкаського регіонального відділення САУ було підписано угоду про співробітництво з Інститутом соціології НАН України та Центром соціальних експертиз.

При регіональному відділенні створена міжвузівська лабораторія соціологічних та маркетингових досліджень «Діалог». До діяльності лабораторії залучаються науковці та студенти вищих навчальних закладів Черкаської області.

Основними завданнями лабораторії є:

- розробка та реалізація наукових програм з вивчення міського та сільського соціокультурного середовища, потенціалу місцевого самоврядування (у співпраці з науковими установами України, вищими навчальними закладами та науково-дослідними організаціями Черкаської області);
- підготовка та видання наукових статей, монографій за результатами досліджень;
- організація наукових конференцій, семінарів, творчих звітів, соціологічних читань тощо.

Протягом останнього року лабораторією були здійснені такі соціологічні дослідження: «Соціальне самопочуття та політичні преференції населення Черкас та Черкаської області»; «Стан та перспективи реформування вищої школи України»; «Викладач очима студента» (у вищих навчальних закладах м. Черкаси I-IV рівня акредитації); «Життєві орієнтири, цінності та запити студентської молоді»; «Черкащани про сучасну молодь, її роль і місце у суспільстві»; «Стан медичного обслуговування населення у м. Черкаси» та ін.

На Facebook створена сторінка, де розміщується актуальна інформація про діяльність регіонального відділення САУ.

*Інформацію підготовлено
головою Черкаського регіонального відділення САУ
кандидатом соціологічних наук
Дудко Л. А.*

Вимоги до оформлення наукових статей та інших матеріалів, що подаються для публікації в «Українському соціологічному журналі»

Вимоги до оформлення статей та інших матеріалів, що подаються для публікації в «Українському соціологічному журналі»

Редакція приймає матеріали українською, російською та англійською мовами у вигляді роздрукованих текстів та електронної версії, надісланої електронною поштою на адресу редакції (MS Word-97 – MS Word-2010; кегль – 12-14, інтервал – 1,5; шрифт Times New Roman; без позиціонування та переносів; абзацний відступ – 1 см, робиться автоматично). Лапки, апостроф, тире повинні мати такий самий вигляд, як у тексті цих «Вимог».

Необхідно надати анотації українською, російською та англійською мовами (не менше 16 рядків); ключові слова (українською, російською та англійською мовами), УДК.

Прізвище, ім'я та по батькові автора, його контактний телефон, e-mail, поштова адреса, а також відомості про місце роботи, посаду, науковий ступінь подаються на супровідній сторінці (трьома робочими мовами журналу), де також слід вказати назву публікації українською, російською та англійською мовами.

Бібліографічні відомості (повний бібліографічний опис джерел за останнім стандартом ДАК України)

треба подавати наприкінці статті у вигляді списку літератури (у порядку згадування). Посилання на джерела слід наводити у тексті у квадратних дужках, вказуючи номер джерела і сторінку (напр.: [3, с. 79]).

Статті повинні відповідати всім вимогам ДАК України до наукових статей.

Прийматимуться лише ті наукові статті, які мають такі структурні елементи:

- постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання обраної автором проблеми; виділення невирішених раніше аспектів зазначеної проблеми, яким присвячується стаття;
- формулювання мети статті;
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.

Наукові позиції авторів можуть не співпадати з позицією редакційної колегії.

Редакція має право здійснювати редагування статей та інших матеріалів.

Наукове видання

Український соціологічний журнал

№ 1-2/2015

Українською, російською, англійською мовами

Дизайн, оформлення, комп'ютерне верстання І. М. Дончик

*Підписано до друку 28.11.2015. Формат 60x84/8.
Папір офсетний. Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 10,7.
Наклад – 100 пр. Зам. 150/14.*

*61022, Харків, майдан Свободи, 4
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

*61022, Харків, майдан Свободи, 6, ауд. 350, 351-а
Соціологічна асоціація України*

*Оригінал-макет виготовлено
у Видавництві Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
61022, Харків, майдан Свободи, 4*

*ХНУ імені В. Н. Каразіна
61022, Харків, майдан Свободи, 4
705-24-32*

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 3367 від 13.01.09

*Надруковано з готових оригінал-макетів у ФО-П Маліцький А.І.
42621, Сумська обл., Тростянецький район, с. Боромля, вул. Жовтнева, 16.
Свідоцтво про реєстрацію ВО2 № 249967 від 08.10.2007 р.*