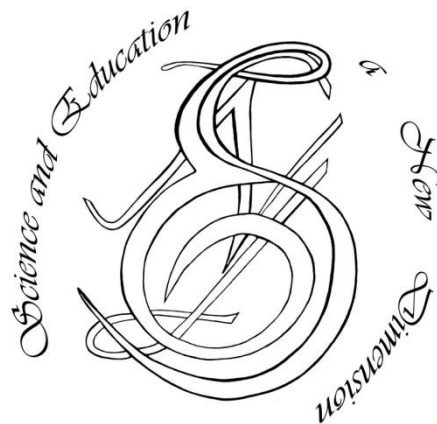


SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



p-ISSN 2308-5258

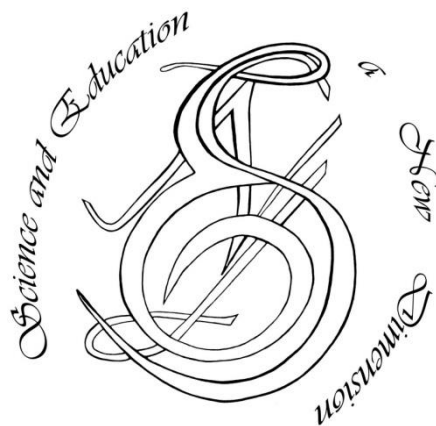
e-ISSN 2308-1996

VIII(43), Issue 243, 2020 Dec.

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43>

Humanities and Social Sciences



Editorial board

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

Honorary Senior Editor:

Jenő Barkáts, Dr. habil. Nina Tarasenkova, Dr. habil.

Andriy Myachykov, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Edvard Ayvazyan, Doctor of Science in Pedagogy, National Institute of Education, Yerevan, Armenia

Ferenc Ihász, PhD in Sport Science, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Ireneusz Pyrzyk, Doctor of Science in Pedagogy, Dean of Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Irina Malova, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics and information technology, Bryansk State University named after Academician IG Petrovskii, Russia

Irina S. Shevchenko, Doctor of Science in Philology, Department of ESP and Translation, V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine
Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Kosta Garow, PhD in Pedagogy, associated professor, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

László Kótis, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

Larysa Klymanska, Doctor of Political Sciences, associated professor, Head of the Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Liudmyla Sokurianska, Doctor of Science in Sociology, Prof. habil., Head of Department of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

Marian Wloshinski, Doctor of Science in Pedagogy, Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Melinda Nagy, PhD in Biology, associated professor, Department of Biology, J. Selye University in Komarno, Slovakia

Alexander Perekhrest, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Nikolai N. Boldyrev, Doctor of Science in Philology, Professor and Vice-Rector in Science, G.R. Derzhavin State University in Tambov, Russia

Oleksii Marchenko, Doctor of Science in Philosophy, Head of the Department of Philosophy and Religious Studies, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Olga Sannikova, Doctor of Science in Psychology, professor, Head of the department of general and differential psychology, South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Oleg Melnikov, Doctor of Science in Pedagogy, Belarusian State University, Belarus

Perekhrest Alexander, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

Riskeldy Turgunbayev, CSc in Physics and Mathematics, associated professor, head of the Department of Mathematical Analysis, Dean of the Faculty of Physics and Mathematics of the Tashkent State Pedagogical University, Uzbekistan

Roza Uteeva, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti State University, Russia

Seda K. Gasparyan, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Yerevan State University, Armenia

Sokuriaynska Liudmyla, Doctor of sociological science. Prof. Head of Department of Sociology. V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Svitlana A. Zhabotynska, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Tatyana Prokhorova, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics and subject technologies, Astrakhan state university, Russia

Tetiana Hranchak, Doctor of Science Social Communication, Head of department of political analysis of the Vernadsky National Library of Ukraine

Valentina Orlova, Doctor of Science in Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

Vasil Milloushev, Doctor of Science in Pedagogy, professor of Department of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Plovdiv, Bulgaria

Veselin Kostov Vasilev, Doctor of Psychology, Professor and Head of the department of Psychology Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

Vladimir I. Karasik, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Volgograd State Pedagogical University, Russia

Volodimir Lizogub, Doctor of Science in Biology, Head of the department of anatomy and physiology of humans and animals, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Zinaida A. Kharitonchik, Doctor of Science in Philology, Department of General Linguistics, Minsk State Linguistic University, Belarus

Zoltán Poór, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Managing editor:

Barkáts N.

© EDITOR AND AUTHORS OF INDIVIDUAL ARTICLES

The journal is published by the support of Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

BUDAPEST, 2015

Statement:

By submitting a manuscript to this journal, each author explicitly confirms that the manuscript meets the highest ethical standards for authors and co-authors. Each author acknowledges that fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scientific conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. By acknowledging these facts, each author takes personal responsibility for the accuracy, credibility and authenticity of research results described in their manuscripts. All the articles are published in author's edition.

THE JOURNAL IS LISTED AND INDEXED IN:

INDEX COPERNICUS: ICV 2014: 70.95; ICV 2015: 80.87; ICV 2016: 73.35; ICV 2018: 90.25;
ICV 2019: 89.50

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

CONTENT

CULTUROLOGY	7
Роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору <i>Т. О. Бегаль</i>	7
ECONOMICS	11
Використання бізнес-симуляцій для формування стратегії компаній у цінових війнах <i>П. Г. Банщикова</i>	11
HISTORY	15
Діяльність Харківського губернського земства в 60-х-80-х рр. XIX століття (в контексті формування засад громадянського суспільства) <i>О. О. Бакуменко</i>	15
PHILOSOPHY	20
Екзистенціальні та комунікативні виміри вибору любові в бутті сучасної людини <i>О. П. Романова</i>	20
POLITICAL SCIENCE	24
Аналіз основних теоретичних концепцій громадянського суспільства <i>О. Ю. Кашаба, І. В. Щербина</i>	24
PSYCHOLOGY	28
Структура мотиваційного виміру спільності <i>Г. В. Коваль</i>	28
Психологічне благополуччя студентів в умовах сепарації від батьківської сім'ї <i>В. О. Крамченкова, О. В. Чурсіна</i>	31
SOCIAL COMMUNICATIONS	35
Періодичні видання, блоги та інтернет портали в готельно-ресторанній справі як джерела бібліотечно-інформаційного забезпечення <i>В. Антонович</i>	35
Роль публічних бібліотек у ліквідації цифрової безграмотності <i>А. М. Плахтій</i>	39
Емпіричні методи виявлення стереотипів аудиторії ЗМІ <i>Ю. С. Прядко</i>	43
Доверие к медиа и типы медиапрактик <i>Т. Д. Прокопъшин</i>	50
SOCIOLOGY	54
The Concept of Character Assassination: A Sociological Approach <i>М. М. Bondarenko</i>	54
Тематичний аналіз матеріалів «Дзеркала тижня» про університет: соціальнокомунікаційний підхід <i>А. В. Волик</i>	57

CULTUROLOGY

Роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору

Т. О. Бегаль

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: tetiana.berezniuk@gmail.com

Paper received 04.10.20; Accepted for publication 18.10.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-01>

Анотація. У статті обгрунтовано роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору. Встановлено, що використання цифрових технологій в експозиційній практиці здійснюється в трьох основних аспектах: апаратне забезпечення, створення цифрових об'єктів, формування віртуальних експозиційних просторів. Проаналізовано основні види мультимедійних та аудіовізуальних технологій, визначено їх вплив на розвиток експозиційного середовища.

Ключові слова: музейна експозиція, експозиційний простір, предметно-експозиційне середовище, цифрові технології, мультимедійні технології.

Вступ. Перебіг сучасних соціально-культурних процесів практично неможливий без широкого впровадження і використання нових методологічних підходів і технологій, в тому числі і цифрових, які дозволяють реалізовувати безліч різнопланових задач за найкоротші проміжки часу. Музей активно відповідає викликам цифрового суспільства і все частіше для досягнення своїх цілей та місії використовує цифрові інструменти та ресурси. Оскільки музейна експозиція є основним засобом реалізації завдань та функцій музею, то використання цифрових технологій в експозиційній практиці, на наш погляд, питання нагальне.

Короткий огляд публікацій по темі. Огляд фахової літератури з даної тематики дозволяє стверджувати, що дослідженням цифрових технологій в музеї присвячені наукові праці В. Банаха [1], В.Северина [7], Н. Панас [6], Д. Смирного [8], Н. Брижаченко [2], І. Нікітіної [5], Р. Маньковської [4], О. Шликової [9]. Зокрема В. Банах у своїй статті обгрунтовує необхідність застосування категорій «музейна інновація» та «інтерактивність». Предметом досліджень В. Северина стали новітні технології та їх особливості в мистецтві експозиційного дизайну. Н. Панас та Д. Смирний розкривають питання використання технічних засобів у музейній сфері та музейному середовищі. Н. Брижаченко пропонує класифікацію музейно-експозиційних просторів та визначає роль інтерактивних технологій в їх організації. І. Нікітіна, Р. Маньковська, О. Шликова досліджують новітні технології в музейному просторі та значення мультимедійних технологій в музейній практиці. Як бачимо науковцями було розглянуто лише окремі елементи використання новітніх технологій в музейній діяльності. Однак, застосування та визначення ролі цифрових технологій в експозиційному просторі музею не стало предметом спеціальних досліджень, що обумовлює актуальність даної статті.

Мета. Метою публікації є проаналізувати і обгрунтувати роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору. Визначити пріоритетні напрямки розвитку експозиційного середовища.

Матеріали та методи. Методологія дослідження базується на використанні загальнонаукових методів аналізу та синтезу. Аналіз сучасних інтерактивних експозиційних рішень дозволив визначити напрямки і принципи застосування цифрових технологій в експозиційній діяльності. Аналіз контенту та описовий метод обгрунтувати роль цифрових технологій у експозиційному просторі. Метод синтезу дозволив розглянути інтерактивну музейну експозицію у її цілісності, єдиному зв'язку її частин і з'ясувати її значення та роль у сучасному культурному просторі загалом. Матеріалами дослідження виступають класичні музейні експозиції, віртуальні експозиції, веб-сайти музеїв, інтернет-платформи, онлайн-музеї тощо.

Результати та їх обговорення. Як відомо, музейна експозиція пройшла тривалий шлях свого розвитку. Починаючи з храмових зібрань давньої Греції, пишних колекцій римських патриціїв, вона набула форми галереї, кабінету, антикваріуму чи студіоло та ознак концептуально обгрунтованого публічного предметно-експозиційного простору в ренесансній культурі, науково-освітнього середовища в епоху Просвітництва та національно осмисленого явища в культурі доби романтизму, яке з розвитком цифрових технологій та ресурсів активно перетворюється у віртуальне середовище. Електронна культура провокує використання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій задля поширення своїх здобутків. Українська бібліотечна енциклопедія відзначає, що її пріоритетні завдання полягають у «створенні електронних версій культурного надбання бібліотек, музеїв, архівів, образотворчого мистецтва (живопис, графіка, скульптура), нерухомого культурного надбання (архітектура, ландшафт), кіно, телебачення тощо»[3].

Розвиток технологій сприяв виникненню нових підходів і до організації предметно-експозиційного середовища музею. Цифрові технології, що функціонують на основі аналізу даних, мають покликання розширити можливості людства та створити нові моделі та інструменти взаємодії. Застосування цифрових технологій в експозиційній практиці (Рис. 1) здійснюється в кількох напрямках: технічне забезпечення або апаратне забезпечення (інтерактивні столи, екра-

ни, мультимедійні дошки, електронні етикетки, аудіогіди); створення цифрових об'єктів (3D моделі пред-

метів, цифрові об'єкти тощо); формування окремих віртуальних експозиційних просторів.

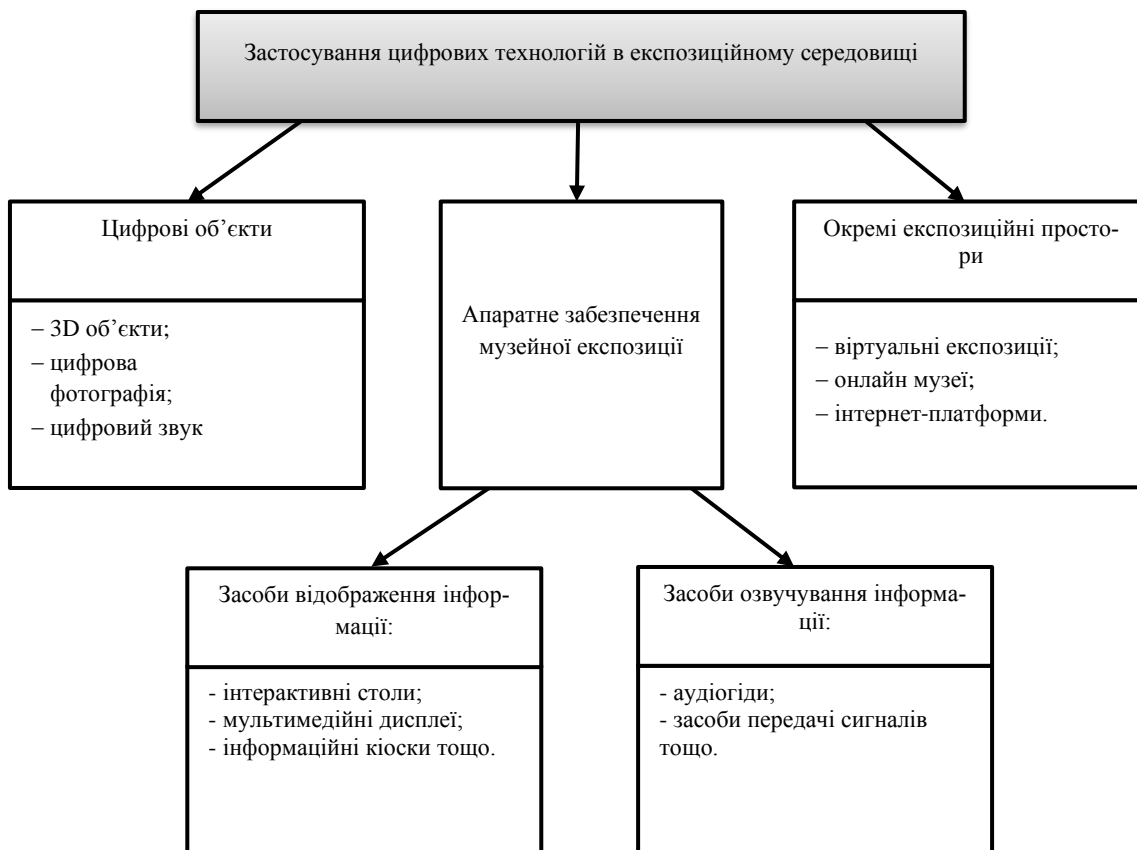


Рис. 1

Під час проектування музейних експозицій активно застосовуються мультимедійні технології. Серед них інтерактивні столи, інформаційні кіоски, мультимедійні дисплеї, аудіогіди тощо. Зокрема, інтерактивні столи або інтерактивні комплекси здійснюють свою діяльність на базі спеціального програмного забезпечення, що розроблене з урахуванням інформаційних потреб відвідувачів галерей, музеїв, виставок. Вони дозволяють: розмістити інформацію про експонати, яскраві фото і презентації, доповнюючи їх описом; проводити анкетування та опитування; збирати відгуки відвідувачів про ті чи інші предмети; анонсувати нові події та заходи, розширювати музейну аудиторію. Інтерактивні столи зазвичай мають багатомовний інтерфейс, що дозволяє подавати інформацію кількома мовами [9]. Наприклад, «у Музеї банку Кореї на мультимедійних столах можна пограти в ігри, що стосуються різних аспектів фінансової грамотності: планування власного бюджету, збільшення чи зменшення облікової ставки» [5].

Іншим прикладом мультимедій в експозиції є інформаційні кіоски – своєрідні «інтерактивні консультанти» з широкими функціональними ресурсами та можливостями. В їх основу покладено програмне забезпечення або довідково-інтерактивну систему. Інформаційні кіоски являють собою пошукові системи із відомостями про експонати та експозиції. Також вони містять інформацію про систему навігації виставковими залами. Дозволять розмістити рекламу і залучити потенційних партнерів чи спонсорів. У добу активного використання смартфонів та персональних

комп'ютерів відвідувач звикає до миттєвого отримання інформації та швидкого задоволення інформаційних послуг. Використання інформаційних кіосків та мультимедійних технологій, на наш погляд, вирішує проблему «інформаційної самотності» відвідувача при перегляді класичної експозиції.

Мультимедійні дисплеї являють собою широкоформатні екрани, які ідеально підходять для створення інтерактивного простору. Мультисенсорність екрану дозволяє доторкатися до зображення, прокручувати його, міняти масштаб. Технологія Multi-Touch значно розширює технології роботи з наповненням та контентом, дозволяє працювати у додатку одночасно кільком відвідувачам. Для прикладу, «у Музеї грошей Банку Португалії одна з мультимедійних стін «запрошує» зіграти в інтерактивну гру: використовуючи свій квиток, відвідувачі ловлять віртуальні монети на екрані. Крім цього, зробивши своє фото, на одному із мультимедійних екранів можна сконструювати монету із власним зображенням» [5].

Слід зазначити, що перевагами сучасного цифрового обладнання є те, що інтерфейс мультимедійних технологій є простим і зрозумілим. Це дозволяє відвідувачам мати доступ до інтерактивів без спеціальних навичок програмування, а власникам швидко наповнювати і підтримувати систему. Розподілена система зберігання і оновлення контенту дозволяє використовувати рішення для віддаленої мережі. Застосування цифрового обладнання при проектуванні музейної експозиції вирішує безліч завдань, що пов'язані з реалізацією її концепції чи ідейного задуму. Зокрема,

використання мультимедійних технологій підвищує доступність інформації, її атрактивність, налагоджує комунікаційні зв'язки. Проте використання мультимедійних технологій в експозиційній практиці як самоцілі може призвести до відволікання від музейного предмета.

Поряд із створенням якісної комунікації та залученні людей до діалогу про історію, сьогодення та майбутнє, однією із головних цінностей сучасного музею стає «доступність середовища». Інклюзивність, в цьому випадку, не обмежується задоволенням потреб верств населення із обмеженими фізичними можливостями, а навпаки має на меті залучити до взаємодії із культурною спадщиною широке коло населення. Для цього музеї розробляють спеціальні програми із залучення аудиторії за межами своїх стін. Одним з лідерів у цьому напрямку є Колекція Уоллеса (Велика Британія). В цьому музеї існує програма "Уоллес в палаті" (Wallace on the Ward - WOW): співробітники освітнього відділу проводять творчі та навчальні заходи в лікарнях, хоспісах, будинках для людей похилого віку та інших установах. З собою вони беруть 3D-репліки експонатів, високоякісні репродукції картин та інші матеріали. З допомогою такого набору учасники програми вивчають історію музею та знайомляться з його експозицією. Важливо підкреслити, що цифрові технології дозволяють створювати якісні 3D об'єкти, цифрові фотографії, відео-презентації, які розширюють можливості музейної експозиції. Вони є результатом «цифрової діяльності», інструментами якого є комп'ютерні технології та можливості.

Слід зазначити, що музейна експозиція здатна еволюціонувати та розвиватися. Сучасною тенденцією розвитку музейного простору, на наш погляд, є віртуалізація музейного середовища, яка стала можливою з використанням цифрових технологій. Йдеться не лише про віртуальні експозиції, які сьогодні має практично кожен музей і пропонує доступ до них на своєму веб-сайті. Сьогодні існує безліч музеїв, які не мають фізичного приміщення і наповнення. Завдяки цифровим технологіям вони існують онлайн. Їх експозиції, експонати та виставки представлені у вільному доступі у мережі Інтернет. Серед них:

– Універсальний музей мистецтв (UMA) - музей у мережі Інтернет, який розпочав свою роботу у 2017 році. Він здійснює свою діяльність у віртуальній

реальності і базується на двох принципах: доступності та інновацій. UMA пропонує виставки про світову історію мистецтв, які не пов'язані з однією головною темою, країною чи регіоном;

– Міжнародна галерея нових медіа (INMG) - це онлайн-музей, що спеціалізується на рухомому зображенні та мистецтві на екрані. INMG досліджує актуальні дискусії та теми з історії мистецтва, торкаючись таких питань, як міграція, війна, екологічна активність. Разом із проведенням виставок, галерея публікує великі академічні каталоги, виступає майданчиком для проведення дискусій онлайн.

Розвитку музейного середовища і його виходу за межі фізичної будівлі сприяє створення і використання інтернет-платформ. Найпопулярнішими серед них є Google Arts & Culture, Europeana, Images for Future, Smart history, Музейний портал тощо. Це арт-проекти, які дозволяють відвідати кращі музеї світу і в найдрібніших подробицях вивчати найрізноманітніші твори мистецтва. Зокрема в Google Arts & Culture можна переглянути експозиції Музею Орсе (Франція), музею Ван Гога (Нідерланди), Національної галереї Лондона (Великобританія), Метрополітен музею (США) тощо. Можемо припустити, що в майбутньому віртуальні музейні експозиції будуть використовувати технологію доповненої реальності, яка дозволить додавати до реального світу віртуальні об'єкти.

Висновки. Аналізуючи вищесказане, підсумуємо, що роль цифрових технологій у формуванні сучасного експозиційного простору полягає у:

- розвитку та налагодженні музейної комунікації (використання мультимедійних технологій та інтерактивних методик при побудові музейної експозиції дозволяє зробити інформаційне наповнення експозиції зрозумілим та доступним);
- вирішує проблему «інформаційної самотності» в музеї, з якою стикається сучасний відвідувач при перегляді класичної експозиції;
- підвищує можливості музейної експозиції, вирішує проблему доступності та інклюзивності;
- сприяє розвитку та розширенню експозиційного простору.

Перспективи подальших досліджень полягають у виявленні та дослідженні інших факторів впливу на формування сучасного музейного простору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Банах В.М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and Cultural Studies*. 2016. Vol. 3, No. 1. С. 1–5.
2. Брижаченко Н.С. Класифікація музейно-експозиційних просторів, організованих за допомогою використання інтерактивних технологій. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство. Архітектура*. 2013. № 3. С. 62–67.
3. Електронна культура. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <http://ube.nlu.org.ua/article> (дата звернення: 11.09.2020).
4. Маньковська Р.В. Новітні технології у формуванні сучасного музейного простору: досвід та перспективи. *Питання історії науки і техніки*. № 2. С. 78–80.
5. Музеї грошей та центробанків світу: інтерактивність в дії. Музейний простір. URL: <http://www.prostir.museum.ua/post> (дата звернення: 24.09.2020).
6. Нікітіна І. Музейний простір та новітні технології: співдружність та протиріччя (з досвіду НМГО і ВС). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: *Культурологія*. 2013. № 13. С. 83–87.
7. Панас Н.Б. Використання цифрових технологій в музейній та пам'яткоохоронній діяльності. *Young Scientist*. 2019. № 6 (70). С. 257–259.
8. Северин В. Д. Новітні технології в дизайні музейних експозицій. *Гуманітарний часопис*. 2017. № 1. С. 73–77.
9. Сенсорні системи України. URL: <http://touch.ua/taxonomy/term> (дата звернення: 24.09.2020).

10. Смирний Д. Експлуатаційний аспект мультимедій в музейному середовищі. *Українська академія мистецтва*. 2010. № 17. С. 369–375.
11. Шлыкова О.В. Электронная культура. Феномен века. *Культура: управление, экономика, право*. 2007. № 3. С. 19–21.

REFERENCES

1. Banax, V. M. (2016). Museum innovations and interactivity in theory and practice of museum business. *Historical and Cultural Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 1–5 [in English].
2. Bry`zhachenko, N. S. (2013). Classification of museum-exposition spaces, organized by using interactive technologies. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts. Issue: Art history. Architecture*, no. 3, pp. 62-67 [in Ukrainian].
3. Electronic culture. Ukrainian library encyclopedia. URL: <http://ube.nlu.org.ua/article> [in Ukrainian].
4. Man`kova`ka, R. V. Modern technologies in formation of a contemporary museum space: experience and perspectives. *Issues of science history and technique*, no. 2, pp. 78-80 [in Ukrainian].
5. The museums of money and center-banks of the world: interactivity in action. Museum space. URL: <http://www.prostir.museum/ua/post> [in Ukrainian].
6. Nikitina, I. (2013). Museum space and modern technologies: commonwealth and contradiction (experience of NMGO and VS). *Science notices of "Ostroz`ka Academy" National University. Issue: Cultural Studies*, no. 13, pp. 83-87 [in Ukrainian].
7. Panas, N. B. (2019). Digital technologies using in museum and monumental protection activity. *Young Scientist*, no. 6 (70), pp. 257-259 [in Ukrainian].
8. Severy`n, V. D. (2017). Modern technologies in design of museum expositions. *Humanitarian bulletin*, no. 1, pp. 73-77 [in Ukrainian].
9. Touch systems of Ukraine. URL: <http://touch.ua/taxonomy/term> [in Ukrainian].
10. Smy`my`j, D. (2010). Operating aspect of multimedia in museum environment. *Ukrainian Academy of Arts*, no. 17, pp. 369-375 [in Ukrainian].
11. Shlyikova, O. V. Electronic culture. Age phenomenon. *Culture: management, economy, law*, no. 3, pp. 19-21 [in Russian].

Role of digital technologies in formation of a contemporary exposition space

T. Behal

Abstract. There was revealed the role of digital technologies in formation of a contemporary exposition space in the article. There was defined that using of digital technologies is implemented in the main three aspects: hardware, creation digital objects, formation of virtual exposition spaces. There was analyzed the main kinds of multimedia and audiovisual technologies, defined their influence on the development of exposition environment.

Keywords: museum exposition, exposition space, subject-exposition environment, digital technologies, multimedia technologies.

ECONOMICS

Використання бізнес-симуляцій для формування стратегії компаній у цінових війнах

П. Г. Банщикова

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: bpg@kneu.edu.eu

Paper received 30.11.20; Accepted for publication 12.11.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-02>

Анотація. Теорія цінових війн спирається на фундаментальні положення про раціональність поведінки фірм-конкурентів. Проте, економічна практика свідчить про те, що компанії далеко не завжди поведуться раціонально. За таких умов потрібно мати інші інструменти дослідження, які враховують будь-яку поведінку олігополістів, в тому числі і нераціональну. Автором пропонується використовувати сценарний підхід до оцінки наслідків різних дій конкурентів на основі бізнес-симуляцій. Це дозволить компанії бути готовою до будь-яких дій з боку її конкурентів.

Ключові слова: Цінові війни, бізнес-симуляція, сценарний аналіз.

Вступ. Конкурентна боротьба на ринках з олігопольною структурою може приймати дуже гострий характер. Це обумовлено великою часткою ринку його основних гравців та відповідною ринковою владою. Компанії прагнуть досягти цінового та/або кількісного лідерства за рахунок різних стратегій, але іноді їхня стратегічна поведінка може виходити за межі законів (змова, картельні угоди) або порушувати принцип раціональної поведінки. В останньому випадку ті моделі, які базуються на досягненні рівноваги або максимізації прибутків (чи мінімізації збитків), вже не працюють. Класичним прикладом такої нераціональної поведінки є цінові війни. В економічній теорії їм приділяється мало уваги, тому що такий сценарій розвитку подій не відповідає фундаментальному принципу раціональності поведінки компаній і не забезпечує рівноваги. Але реальна практика свідчить про те, що цінові війни трапляються на глобальних ринках, наприклад, події на ринку нафти навесні 2020 року за участю країн і компаній, які входять до організації ОПЕК+. Але на локальних ринках цінові війни також виникають та іноді носять дуже жорсткий характер. Зрозуміло, що компанії у цьому випадку не можуть спиратися на класичні моделі, тому що їхня поведінка не раціональна. За таких умов виникає потреба в інших інструментах дослідження, які дозволили б гравцям олігопольного ринку досягти своїх цілей у ціновій війні. В статті розглянуто концептуальний механізм обґрунтування поведінки компаній на основі бізнес-симуляцій.

Огляд публікацій. Базові питання поведінки олігополістів традиційно розглядаються у мікроекономічних дослідженнях. Найбільш ґрунтовні з точки зору застосування математичного апарату та теорії ігор дослідження проведені Г. Веріаном [1, с. 526]. та А. Наливайко [2, с. 261]. Ці фундаментальні праці дозволяють отримати повне уявлення про можливі варіанти подій на ринках олігополії, проте, лише у межах раціональної поведінки. Спроба відмовитися від принципу раціональності у ринкових стратегіях була зроблена у [3, с. 249]. У цій роботі пропонується застосувати сценарний аналіз стратегічної поведінки олігополістів на основі бізнес-симуляцій, але у більш широкому контексті, без розгляду цінових війн. Спираючись на ці

публікації можна зробити наступний крок і дослідити більш детально поведінку компаній, які опинилися у стані війни цін.

Мета дослідження. Виходячи із положення про те, що компанії-олігополісти не завжди поведуться раціонально, слід розробити такий механізм обґрунтування їхньої поведінки, який дозволяв би отримувати відповіді на питання: що потрібно робити, якщо конкуренти здійснюють певні кроки. Більш конкретно можна так сформулювати мету даної статті: проаналізувати необхідність та обґрунтувати доцільність використання сценарного аналізу в межах бізнес-симуляції для формування стратегій компаній у цінових війнах.

Матеріали і методи. Для досягнення мети дослідження була використана бізнес-симуляція «Sigamarket» [4], за допомогою якої генерувалися різні варіанти подій на умовному ринку олігополії. Ця бізнес-симуляція дозволяла отримувати всі основні показники діяльності всіх учасників ринку: від ретельного аналізу попиту, ступеня його задоволення, маржинального прибутку до показників балансу та бюджету. Оскільки бізнес-симуляція практично без обмежень може генерувати велику кількість комбінацій в діяльності компаній на ринку, це дозволяє проводити сценарний аналіз за будь-яким варіантом розвитку подій. В роботі моделювалася поведінка компаній, яка відповідає перебігу подій під час ведення цінових війн.

Основні параметри бізнес-симуляції «Sigamarket». На 4-х ринках діють 3 компанії, які виробляють та продають 2 види товарів на ринках. Кожний з товарів, що виробляють та продають компанії, є взаємозамінником, що означає можливість переходу частини попиту однієї компанії до іншої за умови більш привабливих цін або інших умов продажу (реклама, сервіс тощо). Ємність ринків або сукупний попит споживачів є незмінним, хоча можливі незначні коливання.

Функція попиту, за якою споживачі товару «А» приймають рішення щодо придбання цього товару в залежності від цін, описується за допомогою такого рівняння (1):

$$P = 1586,06 - 0,129Q, (1)$$

де P – ціна товару, грн.

Q – обсяг попиту на товар за ціною P , од.

Еластичність попиту та сума виторгу за кожним рівнем ціни визначалась на основі рівняння (1) у діапазоні цін від 1000 грн до 500 грн (див. табл. 1).

Таблиця 1. Еластичність попиту та загальний виторг товару «А»

Ціна товару, грн	Обсяг попиту, од.	Еластичність попиту, %	Загальний виторг, грн
1 000	4 543	-	4 543 117
950	4 931	1,561	4 684 178
900	5 318	1,399	4 786 479
850	5 706	1,231	4 850 021
800	6 094	1,084	4 874 803
750	6 481	0,956	4 860 826
700	6 869	0,842	4 808 089
650	7 256	0,741	4 716 592
600	7 644	0,650	4 586 335
550	8 031	0,569	4 417 319
500	8 419	0,495	4 209 543

З табл. 1 видно, що попит є еластичним лише на ділянці цін від 800 грн до 1 000 грн; відповідно зниження ціни призводить до збільшення виторгу саме у цьому ціновому діапазоні. За умови зниження цін від 750 грн аж до 500 грн коефіцієнт еластичності попиту стає меншим за 1. Такому нееластичному попиту відповідає зменшення виторгу внаслідок зниження цін. На цих особливостях попиту була побудована бізнес-симуляція «Sigam-market», проте, до її учасників ця інформація не доводилася (це відповідає реальній практиці діяльності компаній, які у значній більшості випадків не мають інформації про функцію попиту та його еластичність).

Виробничі потужності підприємств можуть змінюватися в залежності від потреб з боку споживачів, що дає можливість задовольняти потреби покупців у разі збільшення попиту. Проте, збільшення випуску продукції за рахунок введення нового виробничого обладнання потребує певного часу, оскільки інвестиційні рішення не можуть бути реалізовані миттєво. Для моделювання різних стратегій, пов'язаних з ціновими війнами, у базовій бізнес-симуляції були зроблені певні спрощення, а саме:

- Досліджувалась поведінка компаній лише на ринку товару «А»; рішення відносно пропозиції на ринках товару «В» були зафіксовані на незмінному рівні.
- 4 різних ринка товару «А» розглядалися як один агрегований, обсяг попиту якого складався із суми обсягів попиту всіх 4-х ринків.
- Циклічні (сезонні) коливання попиту були відключені з метою виявлення чистого впливу цін на положення компаній на ринку. Також для «чистоти експерименту» компанії не підвищували якість товарів, не вкладали кошти у рекламу, сервіс тощо.
- Компанії мали можливість збільшувати обсяги продаж, не змінюючи потужності виробництва (у відносно довготривалому періоді часу) та пропонували постійний обсяг продукції у короткому періоді.
- Всім підприємствам була відома загальна ємність ринку, проте, не відомі ні аналітична функція попиту, ні його еластичність.
- Всі акти купівлі та продажу товарів здійснювалися протягом певного періоду часу (місяць, тиждень або інший проміжок часу), після завершення якого

підбивалися підсумки і компанії отримували певну інформацію щодо результатів їхньої діяльності. Всім компаніям повідомлявся їхній обсяг продаж, величина незадоволеного попиту, кількість продукції, яку споживачі не купили у даного підприємства (залишки нереалізованої продукції), крім того після кожного періоду кожна фірма отримувала інформацію про досягнуту ними частку ринку. Оскільки в межах бізнес-симуляції розраховувалося багато економічних показників, можна було аналізувати величину маржинального прибутку, яку було отримано після реалізації товарів «А» кожною фірмою. Спираючись на цю інформацію, фірми-олігополісти приймали рішення під час цінових війн.

Виходячи із зазначених вище загальних параметрів та умов прийняття рішень, формувалися різні сценарії поведінки компаній на умовному олігопольному ринку товару «А», а саме:

1-й сценарій. Всі компанії пильно відслідковують зміну цін на ринку та у відповідь на зниження ціни однієї фірми інші компанії також знижують свої ціни до рівня ціни ініціатора. Події за цим сценарієм розгортаються дуже швидко. Компанії не змінюють обсягу пропозиції, пропонуючи своїм покупцям по 2 200 од. товару «А». Така стратегія може бути обумовлена стрімкістю розгортання цінової війни, що не дозволило підприємствам відкоригувати свою політику пропозиції товару з різних причин, наприклад, не було у наявності достатньої кількості продукції, або не встигли придбати матеріали для їхнього виробництва, або не встигли підготувати логістичний ланцюжок тощо. Отже, за цим, 1-м сценарієм, ми маємо справи з класичною ціновою війною без зміни обсягів пропозиції. За таких умов покупці збільшують обсяги попиту з кожним зниженням ціни, але на обсяг продажів це не впливає, оскільки кількість товарів, що пропонують продавці, залишається незмінною. Зрозуміло, що така поведінка компаній призводить до суттєвого зростання обсягів незадоволеного попиту. Цілком прогнозованим буде незмінна величина ринкової частки ринку для кожного підприємства – 33,33%. Динаміка зміни маржинального прибутку також була очікуваною: цей показник зменшився з 660 тис. грн при ціні у 600 грн до 152 тис. грн при ціні 400 грн. (див. табл. 2).

Слід звернути увагу на масштаб цін, за якими відбувалася цінова війна: від 600 грн до 400 грн. Початкова ціна у 600 грн при максимально можливому обсягу пропозиції вже провокувала виникнення незадоволеного попиту. Подальше скорочення цін лише погіршувало економічний стан компаній. За цим сценарієм було підтверджено висловлювання про відсутність переможців у ціновій війні.

2-й сценарій. Всі компанії знижують ціну, але масштаб цін інший, ніж у 1-му сценарію. Підприємства спочатку підвищували ціни аж до 900 грн, а потім почали їх знижувати за класичною схемою цінової війни (ціни зменшувалися до 700 грн з кроком 50 грн). Результат виявився протилежним по відношенню до цінової війни з низьким масштабом цін. Ринкова частка підприємств залишалася незмінною (33,33%), але динаміка маржинального прибутку стала зовсім іншою; вона демонструвала суттєве його збільшення з 558 тис. грн при цінах у 900 грн до 1 234 за цінами 850 грн.

Зрозуміло, що це відповідає взаємозв'язку між еластичністю попиту та зміною загального виторгу (див. табл. 1). Але цікавим виявився той факт, що маржинальний прибуток залишався на досить високому рівні й при подальшому зниженні цін на нееластичній ділянці попиту.

Таблиця 2. Зміна маржинального прибутку компаній за 1-м та 2-м сценарієм їхньої поведінки

Ціни всіх 3-х компаній, грн		Маржинальний прибуток кожної фірми, тис грн	
1-й сценарій	2-й сценарій	1-й сценарій	2-й сценарій
600	900	660	558
550	850	533	1 234
500	800	408	1 146
450	750	281	1 074
400	700	152	974

3-й сценарій. 1-а та 2-га компанії за попередньою змовою синхронно знижують ціни на свій товар з метою суттєвого зменшення частки ринку 3-ї фірми. Стратегічна поведінка 3-го підприємства полягала у тому, що вона не змінювала свої ціни, намагаючись компенсувати падіння ринкової частки отриманням більшого маржинального прибутку за рахунок стабільних цін. Така гіпотеза ніяк не впливає із теорії еластичності попиту і тому її потрібно було перевірити в бізнес-симуляції. Всі події розгорталися у дуже короткому періоді часу, коли всі 3 компанії не мали можливості збільшувати обсяг пропозиції одночасно із зниженням цін. За цим сценарієм відбувається цінова війна проти одного з гравців олігопольного ринку. Вона була ініційована на ділянці нееластичного попиту у діапазоні цін від 600 до 400 грн. Оскільки різні компанії встановлювали різні ціни, це призвело до отримання різного рівня ринкових часток, які визначалася як сума фактичного обсягу продаж та обсягу незадоволеного попиту для кожної компанії (див. табл. 3). Аналіз цього показника є дуже важливим, оскільки 1-а та 2-а компанії мали на меті саме усунення 3-ї фірми з ринку або зменшення її ринкової частки.

Результати цінової війни 1-ї та 2-ї компаній проти 3-го підприємства виявилися більш цікавими. Розрахунки показали, що зниження ціни не завжди призводить до збільшення ринкової частки. Із табл. 3 видно, що зменшення цін 1-ї та 2-ї фірми до 500 грн забезпечило їм максимальну частку ринку – 39%. Проте, подальше зниження ціни мало зворотній ефект, і ринкові частки цих компаній почали знижуватися, відповідно частка ринку 3-ї фірми – навпаки зростала при її стабільних цінах. Аналогічна картина спостерігалася із зміною маржинального прибутку. Цей показник стабільно зменшувався для 1-ї та 2-ї фірми з 660 тис. грн при ціні у 600 грн до 152 тис грн при ціні 400 грн. Водночас, маржинальний прибуток 3-ї компанії був відносно стабільним та коливався від 557 тис грн до 642 тис грн у тому ж самому діапазоні цін.

Для пояснення таких результатів необхідно згадати про реакцію споживачів на суттєве зниження цін 1-ї та 2-ї фірми при стабільних цінах 3-го підприємства. Спочатку покупців приваблювала низька ціна, а потім вона для певної кількості споживачів стала сигналом низької якості товарів, і ринкова частка цих компаній почала знижуватися. Такі настрої покупців «підігрівала» стабільна ціна 3-ї фірми, яка сприймалася споживачами як ознака високої якості. Крім того, низькі ціни

ініціаторів війни ледве наближувалася до такого рівня, коли вони покривають не тільки прямі витрати на виготовлення продукції, але й компенсують видатки на транспортування продукції та її реалізацію. Таким чином, цінові війни декількох компаній проти іншої фірми у короткому періоді часу та при дуже низьких цінах можуть забезпечити їм лише відносно високу частку ринку з одночасним погіршенням економічного становища.

Таблиця 3. Зміна ринкової частки олігополістів та рівня маржинального прибутку за 3-м сценарієм їхньої поведінки

Ціни фірм, грн			Потенційна частка ринку фірм, %			Маржинальний прибуток фірм, тис грн		
1	2	3	1	2	3	1	2	3
600	600	600	33,33	33,33	33,33	660	660	660
550	550	600	37	37	25	533	533	587
500	500	600	39	39	21	408	408	557
450	450	600	38	38	24	281	281	608
400	400	600	35	35	31	152	152	642

Крім зазначених вище сценаріїв були змодельовані ситуації, коли компанії одночасно із зниженням цін збільшували обсяги своєї пропозиції для задоволення попиту, який стрімко зростає із зниженням цін. Результати реалізації таких сценаріїв виявилися очікуваними. Так, якщо компанії починали цінові війни на ділянці низькоеластичного попиту, це забезпечувало їм отримання більшого маржинального прибутку, ніж за 1-м сценарієм, але все ж таки втрати від такої цінової війни залишалися на не прийнятному рівні. Зниження цін за умов еластичного попиту та збільшення обсягів пропозиції навпаки забезпечувало стабільне зростання маржинального прибутку для всіх компаній. Тому такий розвиток подій вже не можна називати ціновою війною, оскільки всі фірми досягли покращення свого ринкового та економічного становища. Нарешті, цінова війна двох компаній проти іншої в умовах еластичного попиту та зростання обсягів пропозиції не залишала шансів на виживання тій фірмі, яка намагалася за рахунок стабільних цін забезпечити прийнятний рівень маржинального прибутку. Дуже швидко падали як ринкова частка, так і прибутковість цієї компанії.

Результати та їх обговорення. В цій роботі було продемонстровано можливості використання бізнес-симуляції для аналізу різних варіантів цінових війн. Зрозуміло, що їхня кількість може бути значною мірою збільшена. Це дозволить отримати відповіді на питання: що буде, якщо компанії будуть приймати різноманітні рішення. Але все це відбувалося на умовному прикладі, який не зв'язаний із реальними ринками. Для усунення такого недоліка слід будувати бізнес-симуляцію для реального ринку з олігопольною структурою. Пропонується виконати наступні кроки:

- 1) Досліджувати реальну галузь за такими параметрами: загальний попит на продукцію, сукупна пропозиція всіх його гравців, найбільш дієві інструменти конкурентної боротьби, рівень витрат кожного його учасника та ін.
- 2) Для вказаних вище ринкових параметрів визначити відповідні аналітичні функції з більш детальними показниками (функція попиту, функція пропозиції, їхня еластичність, рівноважна ціна, функції впливу якості товарів, витрат на рекламу та інших інструментів на зміну попиту та пропозиції, точку безбитковості для кожної фірми тощо).
- 3) Встановити вплив зазначених вище функцій на ринкові частки кожної компанії.
- 4) Здійснити моделювання зміни ринкової позиції кожного підприємства за різних сценаріїв дій всіх учасників ринку.

Після побудови комплексу моделей можна аналізувати наслідки реалізації різних сценаріїв поведінки всіх олігополістів.

Зрозуміло, що така велика дослідницька робота потребує значних зусиль та ресурсів, тому було б доцільно мати

певний універсальний алгоритм розробки таких бізнес-симуляцій для будь-якої галузі. Концептуальні підходи до створення цього алгоритму були запропоновані автором в [5], де розглядається процес розробки адаптивних бізнес-симуляцій. Саме адаптивні бізнес-симуляції дозволяють використовувати універсальні алгоритми для створення математичної моделі будь-якої галузі.

Висновки. Розробка стратегії поведінки компаній-

олігоплістів під час цінової війни потребує отримання відповідей на питання, що треба робити у відповідь на дії конкурентів. Найкращим варіантом дізнатися про це є моделювання всіх можливих наслідків за допомогою бізнес-симуляцій. Її використання допоможе прогнозувати зміну таких важливих показників, як частка ринку, величина маржинального прибутку та ін. що дозволять сформулювати стратегічну поведінку компаній.

ЛІТЕРАТУРА

1. Varian, Hal R. Intermediate Microeconomics: A Modern Approach: Ninth International Student Edition. W. W. Norton & Company. 2014, 758 – p.
2. Мікроекономіка : підручник / [А.П. Наливайко, Л.А. Азъмук, П.Г. Баншиков та ін] ; за наук. ред. А.П. Наливайка. – К.: КНЕУ, 2011. – 446 с.
3. Баншиков Петро. Сценарний аналіз стратегічної поведінки компаній на ринку олігополії. - Стратегія бізнесу: футурологічні виклики: Зб. Матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції [Електронний ресурс]. – К.: КНЕУ, 2019 с. 249-257
4. Управління бізнес-процесами підприємства. Комплексний тренінг : навчальний посібник / [П. Г. Баншиков, В. М. Гордієнко, О. О. Кизенко, Г. С. Скитьова] ; за наук. ред. П. Г. Баншикова ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2010. – 210 с.
5. Адаптивна бізнес-симуляція: можливості створення та перспективи використання / П. Г. Баншиков, І. В. Прохорович // Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 лист. 2013 р. / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана» ; редкол.: О. В. Востряков (голова) [та ін.]. – Київ : КНЕУ, 2013. – С. 253–255.

REFERENCES

2. Microeconomics: a textbook / [AP Nalyvaiko, L.A. Azmuk, P.G. Banshchikov and others]; for science. ed. A.P. Nalyvaiko. - K.: KNEU, 2011. – 446 – p
3. Banshchikov Petro. Scenario analysis of strategic behavior of companies in the oligopoly market. - Business strategy: futurological challenges: Proceedings of the International scientific-practical Internet conference [Electronic resource]. - K.: KNEU, 2019. – 249-257 pp
4. Business process management of the enterprise. Complex training: textbook / [P. G. Banshchikov, VM Gordienko, OO Kizenko, GS Skityova]; for science. ed. PG Banshchikov; Ministry of Education and Science of Ukraine, "Kyiv. nat. econ. Univ. Vadim Hetman ". - Kyiv: KNEU, 2010. - 210 p
5. Adaptive business simulation: possibilities of creation and prospects of use / P.G. Banshchikov, I.V. Prokhorovych // Enterprise strategy: change of management paradigm and innovative solutions for business: collection materials International. scientific-practical conf., sheets 14–15. 2013 / Ministry of Education and Science of Ukraine, KNEU "Kyiv. nat. econ. Univ. Vadim Hetman "; editor: O.V/ Vostryakov (chairman) [etc.]. - Kyiv: KNEU, 2013. - 253–255 pp.

Using business simulations to shape the strategy of companies in price wars

P. Banshchikov

Abstract. The theory of price wars is based on fundamental assumptions about the rationality of the behavior of competing firms. However, economic practice shows that companies do not always behave rationally. In such conditions, it is necessary to have other research tools that take into account any behavior of oligopolists, including irrational ones. The author proposes to use a scenario approach to assessing the consequences of different actions of competitors based on business simulations. This will allow the company to be ready for any action from its competitors.

Keywords: Price wars, business-simulation, scenario analysis.

HISTORY

Діяльність Харківського губернського земства в 60-х-80-х рр. XIX століття (в контексті формування засад громадянського суспільства)

О. О. Бакуменко

Українська інженерно-педагогічна академія м. Харків, Україна
Corresponding author. E-mail: elena74y@gmail.com

Paper received 04.12.20; Accepted for publication 16.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-03>

Анотація. В статті проаналізовані основні напрямки практичної діяльності Харківського губернського земства з точки зору формування ними принципів громадянського суспільства. Розглянутий початковий період історії губернського земства, коли основні напрямки його діяльності лише формувалися. Дана характеристика соціально-політичним умовам функціонування земства. Зроблені висновки щодо взаємозв'язку тих чи інших видів діяльності з формуванням окремих принципів та функцій громадянського суспільства.

Ключові слова: *місцеве самоврядування, земство, громадянське суспільство, територіальна громада, механізми взаємодії.*

Постановка проблеми. Згідно сучасної теорії демократії, саме місцеве самоврядування, як сфера самореалізації і самоорганізації громадян, є одним з основних елементів громадянського суспільства. Будь яка країна має свій власний досвід та історичні традиції, вивчення яких дає змогу краще зрозуміти сутність та особливості сучасних форм самореалізації громадян та їх асоціацій. В цьому зв'язку вивчення історичного внеску органів місцевого самоврядування імперії в формування засад громадянського суспільства є безумовно актуальним для з'ясування особливостей розвитку подібних інститутів в сучасній Україні.

Історіографія проблеми. Історія діяльності закладів земського самоврядування вивчається дуже давно і плідно [1]. Проте роботи присвячені безпосередньо внеску земського самоврядування у формування засад громадянського суспільства почали з'являтися переважно протягом останніх двох десятиліть [2]. Практично недослідженим (за винятком статей автора даної публікації) залишається цей аспект і стосовно діяльності одного з найвидатніших українських губернських земств – Харківського [3].

Метою публікації. є простежити особливості формування й здійснення основних напрямків практичної діяльності Харківського губернського земства на початковому етапі його функціонування з точки зору значення цієї діяльності для формування принципів громадянського суспільства в країні.

Потреби соціально-економічного розвитку держави в другій половині XIX століття покликали до життя цілий ряд буржуазних реформ, проведених владою Російської імперії. Однією з таких реформ стала Земська (1864 р.), метою якої було вирішення силами самоврядування соціально-господарських проблем певних місцевостей. 155 років тому, 14 жовтня 1865 р., зібралися перші харківські губернські земські збори. Вперше представники різних станів губернії отримали можливість спільно прийняти участь у вирішенні соціально-економічних питань краю. Харківська губернія потрапила до числа 18 губерній Російської імперії де Земське Положення 1864 р. було введене протягом

1865 р. Протягом наступних двох років кількість земських губерній зросла до 32.

Насамперед, маємо сказати декілька слів про суть, та принципову новизну земського самоврядування в цілому. В умовах скасування кріпосного права, зламу усталених норм господарювання і ускладнення його системи, питання організації господарського життя губерній було вкрай важливим. Насамперед це стосувалось виконання безлічі повинностей на користь держави, як натуральних, так і грошових, які лежали на різних станах населення. Як вказувалось в докладі Комісії по влаштуванню земського управління: «представники урядової влади весь час вказують на бездіяльність і неухвагу до справи (виконання повинностей прим. авт.) представників станів...» внаслідок чого робиться висновок про необхідність створення виборних органів наділених «дійсною і самостійною владою в завідуванні справами місцевого інтересу» [4]. Крім того, створення органів самоврядування, на думку уряду, скоріш за все мало б спрямувати громадську енергію освіченої частини населення в конструктивне русло. Земське Положення 1864 р. зафіксувало принципово нові для імперської реальності риси самоврядування, що багато в чому відповідають сучасним уявленням про елементи громадянського суспільства. В основу формування нових органів самоврядування було покладено виборність та майновий ценз [4, Т.1. С.149-150], що дозволило розширити список кандидатів, отримали доступ до участі в спільних органах самоврядування і раніше безправні селяни. Вибори провадились по трьох куріях: землевласників, власників промислових підприємств та селян. Земства таким чином отримали станово-представницький характер, почавши виконувати функцію захисту групових інтересів. Земства стали самофінансованим органом. Адаже для виконання повинностей і забезпечення власного функціонування вони отримали право брати «земський збір» з населення та певних категорій промислових закладів. Власна фінансова база забезпечувала ним більшу самостійність в визначенні напрямків своєї діяльності, підборі та навчанні необхідних спеціалістів.

Крім того, це сприяло розвитку підприємництва, відкривало нові шляхи для росту капіталістичного ладу, а відповідно і ринкової економіки – економічної основи громадянського суспільства. Сама внутрішня структура нових установ більшою мірою відповідала буржуазному суспільству вільних громадян, а не кріпаків. В нових установах явним був пріоритет представницьких органів над виконавчими. Адже повітові і губернські земські збори мали право обирати з свого складу повітові і губернські земські управи і контролювати їх діяльність. [4, Т.1. С.149-150]. Але найголовнішим досягненням нового типу самоврядування стала його всестановість. Вперше до вирішення місцевих питань було залучено широке коло мешканців: дворян, буржуазії, селян. Це робило земське самоврядування більш гнучким, привчало враховувати різноманіття місцевих інтересів, навчало толерантності, ініціативності. Можна говорити про те що такий симбіоз навчав індивідів громадянськості і взаємній відповідальності. Слід згадати і про те, що земства стали організаційною основою для ліберального руху в країні, метою якого була насамперед боротьба за буржуазні ідеали свободи та громадянськості. В цьому зв'язку ми можемо говорити про часткову реалізацію таких важливих функцій громадянського суспільства, як захисна та опозиційна. Проте слід зауважити, що все це відбувалось в умовах авторитарної держави, тому земства з самого початку були поставлені під контроль адміністрації.

В даній публікації ми спробуємо простежити втілення названих принципів в діяльності Харківського губернського земства на початковому етапі його існування, коли земські діячі лише набували господарського і громадянського досвіду.

Перші губернські збори засідали з 14 жовтня по 1 листопада 1865 р. Головою управи був обраний великий харківський землевласник А.Ф. Бантиш [5]. Всього в першому трьохріччі в склад губернських зборів було обрано 95 гласних (депутатів). З них 72 особи відносились до дворянства та чиновництва, купці різних гільдій дали 12 депутатів і селяни – 10. Таке переважання дворянства було характерне для губерній чорноземного краю. На Харківщині дворянське землеволодіння займало величезну площу близько 2 млн. десятин землі, тож не дивно, що пріоритет дворянства в земських зборах був очевидним. Кількість обраних губернських гласних в різні трирічні періоди коливалась в межах 95-89 осіб. Реальна кількість присутніх на губернських земських зборах теж коливалась. В різні роки, в залежності від активності гласних на зібранні були присутні від 78 до 20 гласних.

Губернські земські збори з 1865 і до 1888 р. очолював О.Р. Шидловський. Згідно Положення 1864 р. ця посада належала йому, як губернському голові дворянства. Навколо нього відразу скооперувалась група гласних – крупних землевласників (О.Ф. Бантиш, М. Миронов, Хрущов, Карпов і др.), які надалі виступали одним фронтом в обговоренні тих чи інших питань соціально-економічного життя губернії, особливо якщо ці питання зачіпали їх економічні інтереси. Одночасно сформувалась і група ліберально налаштованої інтелігенції та дворянства (З.І. Бекарюков, Г.П. Данілевський, М. Делярю, С. Абаза, О.О. Телятников та інш.) не-

офіційним лідером якої став знаний в харківській громаді Є.С. Гордієнко. Саме з ініціативи цієї групи провадились в життя більшість прогресивних рішень зборів.

Декілька слів слід сказати про організацію і діяльність Харківської губернської земської управи – як виконавчого органу земського самоврядування. На відміну від зборів, які збирались 1-2 рази на рік, управа діяла щоденно, вирішувала повсякденні питання життя, реагувала на потреби місцевої громади, вела переписку з місцевою державною адміністрацією, видавала і приймала кошти. За свою роботу управа звітувала перед черговими губернськими зборами. До складу управи, окрім її голови, в різні роки входило ще 6-3 земця. На відміну від посади гласного, посада члена управи була оплачуваною. Так, заробітна платня за вересень 1867 р. складала: голові управи та членам управи – по 100 руб., секретар – 83 руб.33 коп., діловоду – 41 руб.66 коп., бухгалтер – 50 руб., регістратор – 25 руб., писцям – від 15 до 25 руб., сторожам – по 8 руб. [5. Оп.1. С.30.Арк.116]. З часом зарплатня зростає. Для порівняння на той же час лікар в губернській земській лікарні отримував 400 руб. на рік і на додачу 100 руб. на роз'їзди по губернії, зарплатня ж інших робітників була ще менше [5. Оп.1.С.30. Арк. 113 зв].

Слід зазначити, що при губернській управі велось дуже докладне діловодство, завдяки якому ми й маємо уяву про нагальні проблеми і досягнення земського самоврядування на Харківщині. Поступово, задля оптимізації роботи управи при ній було створено ряд відділів, які займались впорядкуванням діловодства в той чи іншій сфері діяльності земств. Діловодство кожного з відділів велось окремо, кожний з них готував певні матеріали до чергової сесії земських зборів. Починаючи з 1870 р. ведеться обов'язкове стенографування звітів та засідань земських зборів. Завдяки цій роботі сучасний дослідник отримує масу інформації як про роботу самого земства так і про стан соціально-економічного розвитку нашого краю тих часів. Докладне діловодство земств значно сприяло створенню єдиного інформаційного простору, як в межах губернії, так і імперії в цілому. Обмін інформацією між губернськими земствами (розсилка журналів засідань велась з перших днів, про що свідчить наявність в харківських архівах журналів засідань земств Полтавщини, Чернігівщини, Москви тощо) давав змогу обійти «підводне каміння» в практичній діяльності. З цим завданням на пряму було пов'язане розповсюдження інформації щодо стану господарства та соціальної сфери в губернії, що пізніше призвело до виникнення земської статистики. Вільний інформаційний простір є важливим підґрунтям громадянського суспільства адже це простір для формування громадської думки. Одним з напрямків реалізації діяльності Харківського губернського земства з перших років став пошук впливу на місцеві засоби масової інформації, основним видом яких на той час був періодичний друк. Найбільше уваги з боку земств викликала діяльність місцевих органів газет та журналів. Слід зазначити, що саме вони є сферою вияву місцевих ініціатив, демонструють наявність або відсутність зворотного зв'язку між владою і суспільством, відображають потреби місцевих громад. Вже

на перших губернських зборах у більшості земств пролунали голоси про необхідність створення місцевих земських друкованих видань [6]. У Харківському губернському земстві вперше поставив це питання на порядку денний в грудні 1877 р. гласний Є.С. Гордієнко, запропонувавши силами земства видавати земський безцензурний журнал. Є.С. Гордієнко зауважував, що «...журнал потрібен земству для вираження громадської думки. Але неодмінно треба, щоб ця думка була вільна, публічна і гласна. Від цього буде залежати успіх земської справи» [7]. Більшість ліберально налаштованих гласних Харківського губернського земства, підтримувало думку Є.С. Гордієнка, не зважаючи на опір консервативних елементів. Декілька сесій губернських зборів послідовно висували клопотання перед владою щодо створення безцензурного земського журналу, але ці клопотання на першому етапі існування земства так і не були задоволені. Харківські земці активно виступали на сторінках місцевої преси «Харківських губернських відомостей» (далі – ХГВ), «Харківського вісника», «Південного краю». Прогресивними гласними, зокрема О.О. Телятниковим робились навіть пропозиції передати «Харківські губернські відомості» на баланс і під управління губернського земства [8]. На сторінках цього видання, так само, як і «Південного краю» висвітлювалися всі найважливіші питання земського господарства, які обговорювалися на чергових та надзвичайних зборах, публікувалися статті провідних земців губернії. Харківське губернське земство досягло вагомих успіхів в популяризації земської справи та розповсюдженні інформації завдяки друкованим виданням у вигляді журналів земських зібрань, оглядів практичної діяльності, статистичних збірок тощо. Подібна робота сприяла винесенню на розсуд громадськості нагальних проблем місцевого громадського життя, спонукала громадян до більш активної участі в житті громади. Проблеми і досягнення місцевих земств, висвітлені в друкованих матеріалах, ставали доступними широкому загалу, що сприяло артикуляції інтересів земського середовища, допомагало формулювати основні вимоги суспільства до влади.

Дуже важливим для губернського земства на початковому етапі виявилось вирішення нагальних економічних проблем губернії. Це було актуальним і в світлі самофінансування земств. Тому не дивно, що першими питаннями, що стали на порядок денний в обговоренні земських зборів, були питання виконання земських повинностей. До обов'язкових натуральних повинностей відносилися дорожня, квартирна, етапна тощо. Земства зобов'язані були справедливим чином розподілити ці повинності серед всіх шарів населення. Земствам була надана свобода в виборі шляху виконання цих повинностей, в тому числі вони мали право переводити натуральні повинності в грошові (тобто замість відробки особа могла видати гроші на проведення робіт), могли видавати грошову допомогу громадам, що були обтяжені натуральними повинностями занадто. Саме через можливий перевід натуральних повинностей в грошові в Харківських губернських земських зборах відбувся перший конфлікт між гласними ліберальної та консервативної спрямованості. Ліберали на чолі з О.О. Телятниковим та З.І. Бекарюковим виступали за перевод повинностей в грошовий еквівалент, що спрощувало

схему їх збирання і ставило населення краю в більш рівні умови одне з одним [5.Оп.1.С.1 Арк.10.] Група ж великих землевласників виступила проти переводу, переслідуючі власні станово-майнові інтереси [5.Оп.1.С.1 Арк.17]. Дискусія з цього питання йшла декілька років, і зрештою закінчилась перевагою ліберальних сил. Проте інтереси крупних землевласників переважили в вирішенні питання про оподаткування населення. До введення статистичного бюро, оподаткування всіх видів майна велось досить дозвольним чином. Відповідно селяни несли більшу частину податків. Консервативна група гласних послідовно лобювала рішення щодо відкладення впровадження заміни всіх побічних податків, податком на прибутковість [9]. З подібними інтересами було пов'язане і рішення губернського земства щодо встановлення на частні землі також податку як і на казенні (набагато менше) [5.Оп.1.С.1 Арк.19]. Гласні земства були продуктом своєї епохи, що впливало на їх рішення і вчинки. Проте наявність дискусій в земських зборах говорить про започаткування функції групоутворення та захисту групових інтересів як невід'ємної ознаки громадянського суспільства.

Цілий ряд напрямків діяльності земства виник з об'єктивних потреб реального життя. Так нові умови розвитку економіки, поступове впровадження нових технологій господарювання, набуття селянами особистих юридичних прав, зробив актуальною проблему розвитку народної освіти. Низький рівень письменності населення робив неприйнятним для нього не лише громадські ідеали, але й нагальні завдання громади в господарчій сфері. Ця галузь не була обов'язковою для земства, але зрештою набула величезного значення. У 1864 р. на Харківщині налічувалась 191 школа; на 133 людини приходився лише 1 письменний; на 4560 чоловік – 1 школа [10]. Ситуацію слід було змінювати. На початковому етапі діяльності, щоправда справи не йшли далі обговорення необхідності цієї справи, та видачі відносно невеликих сум сільським товариствам на забезпечення шкіл. Тим більш і позиція дворянського керівництва земства на чолі з О.Р. Шидловським передбачала, що в земства є більш важливі статі розходів [5.Оп.1.С.7. Арк.5.]. Але поступово збільшується кількість видатків на народну освіту. Так, якщо у 1871 р. губернське земство витратило на розвиток освіти 57,6 тис. руб., то у 1876 – вже 152,8 тис. руб. [6. Т.1. С.568] Це дозволило збільшити кількість земських стипендіатів в існуючих училищах, почати разом з сільськими громадами будову нових шкіл. Земські школи губернії обслуговували передусім дітей селян, представники цього стану складали більш як 90% учнів. Якщо у середині 1860-х рр. дівчаток в земських школах було удев'ятеро менше ніж хлопчиків, то з часом, кількість дівчаток збільшилась до третини від загальної кількості учнів [11]. Таким чином ми можемо говорити про запровадження певних початків принципів гендерної паритетності в сфері здобуття освіти.

Значну увагу було приділено не лише початковій освіті селянства, але й підвищенню рівня існуючих навчальних закладів в повітових містечках. Так, вже в 1875 р. губернське земство клопоталось перед міністерством народної просвіти про відкриття реальних

училищ в м. Куп'янську та м. Ізюм з спільним фінансуванням державою та земством. Того ж року земство видає кредит в 30000 руб. Ахтирському повітовому земству на побудову класичної гімназії [5. Оп.1. Спр. 7. Арк.35-35 зв.]. Таких рішень з кожним роком стає все більше. Піклувалось харківське губернське земство і про позашкільну освіту. Адже розвиток і освіти, і промислів і медицини, і агрономічної допомоги населенню натикався на безграмотність сільського населення середнього і старшого віку. Для розповсюдження знань серед цієї категорії населення широко використовувались народні читання, пересувні виставки і бібліотеки [12]. Безпосередньою заслугою земського самоврядування Харківщини слід вважати і створення системи підготовки педагогічних кадрів. Стипендіати земства навчалися в Вовчанській, Старобільській, Білопільській вчительських семінаріях, на річних вчительських курсах при Куп'янській, Охтирській, Старобільській жіночій прогімназіях. Ця діяльність дозволяла наблизитися до здійснення мети – виховання індивіда свідомого, громадянина, позбавлення вчорашнього кріпака від упереджень, несамостійності, зробити його здатним до сприйняття інформації.

Перші роки існування губернського земства воно прийняло на свій баланс місцеві лікарняні заклади. У дореформений період було лише 3 окружні лікарні. З персоналом же і будівлями був повний безлад. Вже в другому земському зібранні гласний І. Мессарот вказував на необхідність запровадження участкових лікарів для більшого охоплення населення медичною допомогою. [5. Оп.1 Спр.1. Арк.17]. За перші два десятиліття існування губернського земства було створено мережу лікарняних пунктів, запущено в дію систему вакцинації від віспи, створено при кожному повіті лікарняні ради, що стежили в тому числі і за епідеміологічною ситуацією в місцевості, велась активна боротьба з епізоотіями. [5. Оп.1. Спр. 7. Арк. 41]

Заслугою першого етапу діяльності стало і створення аптечних складів, курсів для лікарняного персоналу, проведення просвітніх бесід з населенням. Звісно, не вистачало коштів, загальний санітарний рівень губернії ще довго був низьким, але всі ці заходи формували нову свідомість суспільства, в якій людське життя і здоров'я вже сприймалися як цінність, певним

чином починає формуватися почуття громадянської відповідальності за здоров'я суспільства.

На жаль, рамки статті досить обмежені і не дають можливості висвітлити весь масив діяльності губернського земства на початковому етапі його існування. Але хотілося б зупинитись ще на одній складовій. Земства були створені в рамках авторитарного режиму Російської імперії, але разом з тим ліберальні сили в землях майже з перших же років існування стали робити спроби демократизувати цей режим. Вже загдані вище спроби створити власний друкований орган, активна участь харківських земців у офіційних та напівлегальних загальноземських з'їздах, подання на адрес адміністрації численних клопотань з актуальних проблем місцевого життя, свідчать, що земства намагались створити систему зворотного зв'язку між владою і народом, як і належить інституту конструктивного громадянського суспільства. Харківські земці нарівні з земляками інших губерній виступали за участь їх представників «свідущих людей» у обговоренні загальнодержавних питань [5. оп.1,д.116,л.1]. На жаль всі ці спроби на тому етапі були урядом відхилені.

Суспільно-політична діяльність Харківського губернського земства як і більшості інших земств не виходила за межі правового поля і полягала переважно в збудженні громадської думки з питань об'єднання земств, вільного обігу інформації, розширення їх політичних прав, можливості впливати на вирішення деяких загальнодержавних питань. Стосовно проблеми внеску земств в процеси формування громадянського суспільства можна говорити про часткове виконання земством функцій групоутворення, артикуляції і захисту групових і громадських інтересів. Все це відбувалось в умовах авторитарної держави, в умовах відносно невеликого рівня освіти переважної кількості населення, за умови існування безлічі пережитків кріпосної доби. Самі земські діячі теж були продуктом старої доби і не завжди могли позбутися станових принципів та упереджень. Земства поряд з органами міського самоврядування, різними товариствами і організаціями неполітичного спрямування починають формувати механізм передачі суспільних настроїв від суспільства до влади, але механізм цей так і не було налагоджено.

ЛІТЕРАТУРА

1. Див. напр. Веселовский Б.Б. История земств. За сорок лет. СПб., 1914. Г.А. Герасименко История земского самоуправления. Саратов, Поволжская академия государственной службы им. П.А. Столыпина, 2003. 244 с Петровичева Е.М. Земское самоуправление Центральной России в 1906-1918 гг. эволюция на последних этапах деятельности. автореф. дис. докт. н. Москва:МПГУ, 2003. 40 с. Земское самоуправление в России, 1864-1918 гг.: В 2-х книгах./ отв. ред. Н.Г. Королева. М.: Наука, 2005. т.ін
2. Див. напр. Гражданская идентичность и сфера гражданской деятельности в Российской империи. Вторая половина 19 – начало XX в./ Б. Пиетров-Эннкер. М.: РОССПЭН, 2007. 302 с.; Гражданское общество и реформа местного самоуправления в России. Сборник материалов III Российского общественно-научного форума. СПб.:СПГУ, 2003. 454 с.
3. Бакуменко О.О. Социально-экономическая деятельность земств как фактор формирования гражданского общества в Российской империи конца XIX-нач. XX вв.// Вісник ХНУ. Серія Історія. Вип.46. X., 2013. с. 160-172; Бакуменко О.О. Харківське губернське земство та розвиток інформаційного простору губернії 1864-1890 рр. (У контексті формування елементів громадянського суспільства).// Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»: збірник наукових праць. Серія «Актуальні проблеми історії України». Харків: НТУ «ХПІ», 2014. Вип. 54. С.12- 21
4. Матеріали по земско-общественному устройству. СПб.,1886. Т.2.С.336
5. Державний архів Харківської області. Ф.304 Харківська губерньська земська управа. О.1.С.26.Арк.1.
6. Веселовский Б.Б. История земств за 40 лет: В 4-х т. / Б.Б. Веселовский. СПб., 1911. Т.1. С. 562
7. Державний архів Харківської області,Ф.3 Канцелярія харківського генерал-губернатора, Оп.1, С.71, Арк. 1а.
8. Журнали XVI очередного губерньского земского собрания Харьковской губернии с приложениями к ним с 4-го по 21-

е декабря 1880 г. / Харьковское губернское земское собрание. Х.: тип. И.М. Варшавчика. С.14

9. Свод постановлений Харьковского губернского земства 1865-1890 гг. Х., 1891. с. 308

10. Данилевский Г.П. Об образовании низших классов народа в России / Г.П. Данилевский // Отечественные записки. 1864. №3. С.291

11. Начальное народное образование в Харьковской губернии / сост. П. Фомин. Х.: тип-лит. М. Зильберберга, 1899. С.97.

12. Доклады Харьковской губернской земской управы Харьковскому губернскому земскому собранию 12 июня 1905 г. Х., 1905. с.3.

REFERENCES

1. Div. napr. Veselovskiy B.B. Ystoryia zemstv. Za sorok let. SPb., 1914. H.A. Herasymenko Ystoryia zemskoho samoupravleniya. Saratov, Povolzhskaya akademiya gosudarstvennoy sluzhby im. P.A. Stolypina, 2003. 244 s
2. Petrovycheva E.M. Zemskoe samoupravleniye Tsentralnoi Rossyy v 1906-1918 hh. evoliutsiya na poslednykh etapkh deiatelnosti. avtoref. dys. dokt. n. Moskva:MPHu, 2003. 40 s.
3. Zemskoe samoupravleniye v Rossyy, 1864-1918 hh.: V 2-kh knyakh./ otv. red. N.H. Koroleva. M.: Nauka, 2005. t.in
4. Div. napr. Hrazhdanskaia ydentychnost y sfera hrazhdanskoï deiatelnosti v Rossyiskoi ymperyy. Vtoraia polovyna 19 – nachalo KhKh v./ B. Pyetrov-Эннкер. M.: ROSSPЭN, 2007. 302 s.; Hrazhdanskoe obshchestvo y reforma mestnoho samoupravleniya v Rossyy. Sbornyk materialov Sh Rossyiskoho obshchestvenno-nauchnoho foruma. SPb.:SPHU, 2003. 454 s.
5. Bakumenko O.O. Sotsyalno-ekonomycheskaia deiatelnost zemstv kak faktor formirovaniya hrazhdanskoho obshchestva v Rossyiskoi ymperyy kontsa KhIKh-nach. KhKh vv.// Visnyk KhNU. Seriya Istoriia. Vyp.46. Kh., 2013. s. 160-172; Bakumenko O.O. Kharkivske hubernske zemstvo ta rozvytok informatsiinoho prostoru hubernii 1864-1890 rr. (U konteksti formuvannia elementiv hromadianskoho suspilstva)// Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»: zbirnyk naukovykh prats. Seriya «Aktualni problemy istorii Ukrainy». Kharkiv: NTU «KhPI», 2014. Vyp. 54. S.12- 21
6. Materialy po zemsko-obshchestvennomu ustroystvu. SPb.,1886. T.2.S.336
7. Derzhavnyi arkhiv Kharkivskoi oblasti. F.304 Kharkivska hubernska zemska uprava. O.1.S.26.Ark.1.
8. Veselovskiy B.B. Ystoryia zemstv za 40 let: V 4-kh t. / B.B. Veselovskiy. SPb., 1911. T.1. S. 562
9. Derzhavnyi arkhiv Kharkivskoi oblasti,F.3 Kantseliaria kharkivskoho heneral-hubernatora, Op.1, S.71, Ark. 1a.
10. Zhurnaly XVI ocherednoho hubernskoho zemskoho sobranyia Kharkovskoi hubernyy s prylozheniyamy k nym s 4-ho po 21-e dekabria 1880 h. / Kharkovskoe hubernskoe zemskoe sobranye. Kh.: typ. Y.M. Varshavchuka. S.14
11. Svod postanovlenyi Kharkovskoho hubernskoho zemstva 1865-1890 hh. Kh., 1891. s. 308
12. Danylevskiy H.P. Ob obrazovanii nyzhykh klassov naroda v Rossyy / H.P. Danylevskiy // Otechestvennyye zapysky. 1864. №3. S.291
13. Nachalnoe narodnoe obrazovaniye v Kharkovskoi hubernyy / sost. P. Fomyn. Kh.: typ-lyt. M. Zylberberha, 1899. S.97.
14. Doklady Kharkovskoi hubernskoi zemskoi upravyy Kharkovskomu hubernskomu zemskomu sobranyiu 12 yunia 1905 h. Kh., 1905. s.3.

Activities of the Kharkiv Provincial Zemstvo in the 60's-80's of the XIX century (in the context of forming the foundations of civil society)

O. O. Bakumenko

Abstract. The article analyzes the main directions of the practical activities of the Kharkiv provincial zemstvo from the point of view of the formation of the principles of civil society by it. The article considers the initial period of the history of the provincial zemstvo, when the main directions of its activity were just being formed. The characteristics of the socio-political conditions of the functioning of the zemstvo are given. Conclusions are made about the relationship of certain types of activity with the formation of individual principles and functions of civil society.

Keywords: local self-government, zemstvo, civil society, territorial association, mechanism of co-operation.

PHILOSOPHY

Екзистенціальні та комунікативні виміри вибору любові в бутті сучасної людини

О. П. Романова

Кафедра культурології та філософської антропології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова
Україна, Київ

Corresponding author. E-mail: elena.philosophy@gmail.com

Paper received 11.12.20; Accepted for publication 23.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-04>

Анотація. На основі методологічних засад метаантропології доводиться, що через екзистенціальний та комунікативний аспекти виміру любові, в бутті-на-межі особистість може вийти в метаграничне буття, в якому здійснюється перехід від особистісного до найвищого пізнавально-духовного і творчого шаблю – філософського світогляду. У статті подано та осмислено етико-естетичну ціннісну категорію «вибір любові», а також досліджено, який вплив мають різні типи світогляду на особистісний вирішальний вибір у житті людини. Вперше сформовані та виведені поняття у просторі філософії трансцендування: «мужність вибору любові» та «жіночність вибору любові».

Ключові слова: метаантропологія, вибір любові, виміри вибору любові, світогляд, мужність вибору любові, жіночність вибору любові.

Постановка проблеми. В умовах соціально-культурної кризи та швидкоплинних антропологічних змін, зумовлених крахом морально-етичних цінностей, проблема буття особистості постає одним з ключових питань у філософії розвитку людини – метаантропології [6; 7]. Ці перетворення актуалізують питання: чому у час технологічного прогресу, коли антроподинаміка має інтенцією на постійній змінності, мобільності простору та руху – як реального, так і віртуального, людині складно долати самотність і здійснювати вибір любові? В своєму існуванні за період дитинства та юності людина набула апостеріорних знань з деяких сенсоутворюючих аспектів життя, однак досвіду вибору долі у питанні любові до цих пір нею ще не отримано. Період вибору любові ще не є пережитим. Тобто, відсутнє вміння набувати нового екзистенціального досвіду, зумовленого кардинальним поворотом: виходу з кокону багаторічного життя у родині до свободи з подальшим формування власного життя на основі вибору любові.

Варто зауважити, що аналіз життєвої проблематики в розрізі сучасної психології переважно пропонує алгоритми – конкретні техніки подолання кризи у любовних взаєминах. А це аж ніяк не може бути панацеєю і може внести когнітивний хаос, викликати розгубленість, бо проблематика екзистенціалу любові охоплює світоглядно-ціннісний простір кожної окремої людини, який є унікальним. Звісно, «рецепти» і тренінги більшості практикуючих психологів не дають відповіді на світоглядне коло питань, пов'язаних з пошуком смислу буття людини, так само психологія не торкається сакрального змісту простору духу особистості та наративу її долі. Тому спробуємо за допомогою екзистенціально-комунікативних аспектів та типології світогляду, запропонованих в координатах метаантропології, дати відповідь на питання вибору любові як цінності світогляду.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що в основі вибору любові вагому роль відіграє світогляд людини, її ціннісні орієнтири, осягнення колізій сутності й існування та знаходження сенсу життя. А наразі простір духовної культури людства зазнає екзистенціальної кризи, зростає відчуженість один від одного, відбувається

нехтування цінностями. А любов, як відомо, є ціннісною перлиною духовного світу індивіда.

У контексті заявленої теми, привертають увагу наукові роботи вітчизняних дослідників: Ковальчук Ю. [1], Туренко В. [4], Крилової С. [2]. Розвідку використання дефініцій «вибір» та «любов» світовими філософами я вже наводила у попередній статті [3]. Попри широку аналітичну теоретичну базу, жоден з науковців не поєднував ці два поняття: вибір та любов. Тому, окреслена проблематика заслуговує на ґрунтовне вивчення питання вибору любові між чоловіком та жінкою як вибору долі.

У фокусі даного дослідження, присвяченого світоглядним питанням в аспекті вибору любові, насамперед, постає метаантропологія – як «антропологія меж та поза межності людини» [5, с. 17] з поділом на буденний, особистісний та філософський світогляди, що становлять екзистенціально-особистісну типологію в філософії трансцендування – філософії виходу за межі, де визначають буденний, граничний та метаграничний виміри буття людини. Закцентуємо, що граничне буття в метаантропології, описане Н. Хамітовим, корелює з трактовкою екзистенції К. Ясперса (екзистенція осмислюється як буття-на-межі), а метаграничне буття – з трансценденцією.

Також зауважимо, що граничне буття і гранична ситуація – не є одним і тим самим. Гранична ситуація К. Ясперса [8] пов'язана з кардинальними зовнішніми подіями в житті людини, в результаті чого доводиться переглядати власні цінності – після осягнення цього відбувається просвітлення екзистенції. А граничне буття – це результат рішення, і саме вибір особистості перетворює ситуацію в буття. Гранична ситуація, в якій раптово опинилася людина, може стати каталізатором і переходом із буденного виміру до граничного. Людина може і самостійно піднятися до граничного буття, проте гранична ситуація – це завжди зовнішній вплив на життя людини, спричинений неприємними подіями: смерть близьких, тяжка хвороба та інші. Це ситуація такого гатунку, де ерос і танатос зіштовхуються, і людина поза власним бажанням опиняється в стані серйозного вибору.

Мета статті: дослідити, за рахунок чого формується світогляд людини під час вибору любові у буденному, граничному та метаграничному вимірах буття. Розглянути вибір любові між чоловіком та жінкою у сучасному бутті як цінність світогляду з екзистенціальних та комунікативних соціокультурних аспектів за допомогою компаративістського та герменевтичного методів. Дослідити, як різні типи світоглядних уявлень впливають на вибір любові, в результаті чого людина набуває нового екзистенціального досвіду, що є вкрай важливим пізнанням для здійснення доленосного вибору. Розкрити поняття «мужність вибору любові» та «жіночість вибору любові».

Формування світогляду та ціннісних орієнтирів є визначальним фактором у вирішенні людиною важливих сенсоутворюючих питань, що ведуть до особистісної еволюції та духовно-душевної зрілості. Створення власної картини світу допомагає привести до гармонійного ладу психічне та духовне життя. За допомогою світогляду особистість набуває аксіологічно-онтологічного досвіду, бо формується буттєва структура та взаємозв'язки, засновані на загально-людських цінностях, які людина засвоює в процесі особистісної актуалізації та під час переосмислення світоглядних поглядів.

Світогляд включає в себе ставлення до навколишнього світу, до себе, до батьків, до різних соціальних груп та визначає місце особистості в них. Перш, ніж розпочати аналіз світогляду в різних вимірах буття згідно метаантропології, зауважимо, що вибір любові здійснюється не тільки в юному чи молодому віці з метою утворення родини – спільної організації буття, де подружні стосунки постають як система ролей, співвідношення певних моделей поведінки у відповідності до цінностей. Вибір любові також здійснюється як перегляд життєвої позиції з огляду на власні стосунки, що утворилися, мали певний часовий перебіг і на одному з етапів дійшли пікової точки. Тобто сутність вибору любові також полягає у перегляді зробленого вибору любові колись, у минулому, задля того, щоб утвердити даний вибір знову через декілька років, або ж навпаки, скорегувати вибір, обравши іншу людину – у разі якщо багаторічні стосунки не є продуктивними, в них відсутня еволюція любові, а особистісне психоемоційне та духовне єство потребує змін. Як правило, таке трапляється, коли один з партнерів не бажає змінювати ані себе, ані критичну ситуацію, що склалася. Варто зауважити, що в даному випадку автор в ніякому разі не наполягає на руйнації стосунків, акцент тут робиться на перегляді та переорієнтації цінностей, що так чи інакше, відбувається під час екзистенціальних криз на різних етапах людського існування на протязі зростання та зрілості особистості.

Життєві періоди переосмислення вибору любові можуть також відбуватися як результат граничної ситуації (раптова загибель одного з партнерів, пожежа з втратою усього майна, крадіжка заощаджених грошей, зрада тощо). Тобто ще однією ознакою вибору любові є гранична ситуація, з настанням якої звичні обриси існування зруйновані впливом негативних зовнішніх подій, в результаті чого розвиток власної природи особистості набуває цілеспрямованості, відмінного від попереднього, з інтенцією на ціннісне переорієнтування, яке призводить до оновлення буття.

У даній статті акцент зроблено на проблемі формування світогляду та вибору цінностей і взаємин, що базуються на основі екзистенціально-комунікативного підходу та засадах метаантропології. Отже, особистісна природа екзистенції прагне утвердитися у різних сферах життя людини, а така внутрішня діяльність потребує вирішення суперечностей та самовизначення особистості. Як же формується світогляд у буденному бутті? Розуміння навколишнього світу та усвідомлення сенсу життя у буденному світогляді формується на основі життєвих установок сімейного кола, де виріє чоловік чи жінка. Буденний світогляд, як предметне буття, детермінований родинними поглядами, які є «притчею во язицех», вони схвалені батьками та дідами. Ціннісним орієнтиром взаємовідносин між членами родини постають норми, встановлені ще за дідів-прадідів, як форма непорушного спільного буття.

Отже, соціальні та екзистенціальні прояви такого буття та буденного світогляду індивіду окреслені несамостійністю, некритичністю, відсутністю фокусування на творчості та відсутністю прагнення до саморозвитку. Як правило, такий світогляд формується у дитячі та юні шкільні роки. Така людина, окрім родинних правил, є носієм ідеологічних установок суспільства, в яких народилася і живе. «Людина з буденним світоглядом абсолютно залежить від пануючих ідеологічних установок і цінностей. Наприклад, у суспільстві з атеїстичною ідеологією значна частина його представників стає атеїстами, у суспільстві, що сповідує релігійні принципи, більшість людей – віруючі» [5, с. 44].

Виходячи з того, що світоглядне сприйняття дійсності у буденному вимірі характеризується низьким рівнем розвитку людини як особистості, то такий індивід може здійснювати вибір любові лише, спираючись на канони роду. Оскільки в даному вимірі існує узагальнений погляд на світ, на інших і на самого себе – як наслідувача родинного кола, що вже є, тому, звісно, про розуміння світоглядних поглядів та принципів іншої родини, не може йти мови. Людина з буденним світоглядом у буденному вимірі, намагаючись здійснити вибір любові, виражає не власну волю, а волю батьків, предків, тощо. Тобто ціннісна підсистема у неї вже означена як незмінна, тверда, нерухома. У такому виборі індивід забуває власне Я, наслідуючи та сповідуючи ідеали та моделі поведінки, так би мовити, «за образом та подобою».

Світоглядне сприйняття дійсності у граничному вимірі, переважно, супроводжується самовизначенням людини у світі та намаганням утвердити власну позицію в різних життєвих аспектах: у професії, у стосунках, у суспільному житті, тощо. Оскільки індивід у граничному бутті, переважно зосереджується на собі – у фокусі його уваги є самопізнання як інтелектуальний процес обробки інформації, то у такої людини формується особистісний світогляд. Тому вибір любові здійснюється як вибір свободи через креативний погляд на цю сферу буття. У цьому вимірі виникає специфічний спосіб бачення, високий рівень аналізу, вміння критично оцінити ситуацію та вчинки. «Саме творчий характер особистісного світогляду дозволяє вирішувати проблему смислу життя як проблему смислу свободи – свободи вибору і свободи досягнення обраного» [5, с. 46].

Людина з ціннісною підсистемою у граничному бутті прагне саморозвитку та творчого вираження, такою лю-

диною складно маніпулювати, оскільки помітна певна еволюція з акцентом на критичному мисленні. Така людина у питаннях вибору любові підключає не тільки моральний аспект розуміння ситуації з метою догодити батькам чи роду, а критичне розуміння з логічним аналізом причинно-наслідкових зв'язків. Ціннісний підхід у вирішенні протиріч та прийнятті рішень щодо доленосного вибору здійснюється за рахунок намагання зруйнувати застарілі онтологічні родинні стовпи, що часто призводить до подальшої непримиримої ворожнечі між батьками та дітьми. Зіткнення позицій стає замкненим колом, з якого не може вибратися людина буття-намежі, бо кожен не хоче прийняти власну недосконалість та примиритися з недосконалістю іншого. Часто трапляється, що людина граничного буття обирає самотність і перебування в стані егоїстичної насолоди від творчої реалізації без намагання наблизитися до вибору любові та здійснити перехід у метаграничне буття.

У філософському світогляді, що є уособленням метаграничного буття, відбувається переосмислення себе та світу, тобто осягнення таких горизонтів, які не були зрозумілими до цих пір. Головною рисою філософського світогляду є особистісна цілісність сприйняття, центральною темою та фокусом такої особистості є творчий характер взаємодії, самостійність, критичність, а також системність мислення. Світоглядне сприйняття дійсності у метаграничному бутті під час вибору любові спирається на раціональний аналіз у поєднанні з ірраціональною природою особистості. Це є самостійним зваженим рішенням, коли людина усвідомлює власні екзистенціальні переживання, має готовність долати вікові та інші кризи, та набувати цілковито іншого екзистенціального досвіду, що веде до цілісності. «Філософія метаграничного буття – це філософія духовного еволюціонування людини до вільно обраного гармонічного буття» [5, с. 164]. Вибір любові у людини з філософським світоглядом здійснюється через звільнення від інфантильного стану як застарілого атавізму, з опорою на власну відповідальність за змінність буття, де за допомогою свободи та віри, шляхом поєднання протиріч, відбувається перехід з граничного буття у метаграничне.

Отже, парадигми ціннісних концептів щодо вибору любові у людини з буденним світоглядом, постають у вигляді стандартизованих поглядів, часом жорсткі, видані наче лікарський рецепт для призначення щодо тотальної реалізації майбутнього життя. Пануюча категорія ціннісних концептів у людини з особистісним світоглядом у питаннях вибору любові представлена як спосіб мислення, якому властиві аналіз, чітке усвідомлення етичних категорій з розмежуванням на те, що є добро, а що є зло, узагальнення, тощо. Ціннісний концепт людини з філософським світоглядом щодо вибору любові постає як цілком усвідомлений проект оновленого життя згідно власного авторського сценарію. Така особистість у метаграничному бутті здатна вийти до співтворчості з Іншим, здатна любити, а не випромінювати егоїстичні чи нарцисичні хвилі зачарування.

Спиралючись на філософію трансцендування, зазначимо у чому полягає специфіка вибору любові та виведемо основні модуси цього екзистенціалу: мужність та жіночність.

Мужність вибору любові – психологічний, антрополокультурний, екзистенціальний феномен. Це світогляд-

ний модус, головна характеристика якого полягає у рішучій налаштованості особистості подолати самотність та зняти трагічний настрій внутрішньої комунікації. Під мужністю вибору любові пропонується розглядати стійкий вольовий вибір, як утвердження власної духовності. Такий вибір зумовлений свідомим прагненням, інтенційно зосередженим на подоланні трагічних станів: туги, нудьги, відчаю та інших, притаманних граничному буттю. Прийняття рішення у метаграничному бутті здійснюється у відповідності до власного вольового акту з метою зняття внутрішньої самотності. Ще однією сутнісною ознакою мужності вибору любові є подолання егоїзму та зняття суперечностей між любов'ю-пристрастю та любов'ю-егоїзмом.

З точки зору аналізу мужності вибору любові на основі аналітичної психології К. Юнга, варто звернути увагу на архетипи колективного позасвідомого: Аніми та Анімусу. Мужність вибору любові корелюється із поняттям Анімусу у жінок. «Аніма – це ірраціональне почуття, Анімус – ірраціональне судження» [7, с. 64].

Мужність вибору любові є етичною категорією сприйняття буття. Це вміння розпізнати та розрізнити особливі стани духу та сфокусуватися на звільненні від страждань, спричинених самотністю, що додають існуванню екзистенціального напруження та окрасу трагічності в граничному бутті. Отже, мужність вибору любові – це самовизначення особистості як форми екзистенціального переживання, що відбувається у певний доленосний період, спричинений бажанням вийти у співтворчість з Іншим та набути власної цілісності. У мужності вибору любові задіяні світогляд, психіка, а також як логічний, так і еротичний аспекти людського буття. Такий вибір не є деспотичним проявом інстинктивної волі, це є свідомий прояв волі, самовиявлення у напрямку особистісного розвитку. Це позиція особистості, яка здатна без контролю та приниження іншої особистості, набувати якісно нових рис під час власної еволюції, що закладена в метаграничному бутті.

Жіночність вибору любові – психологічний, антрополокультурний, екзистенціальний феномен. Це світоглядний модус, головна характеристика якого полягає у свідомому прагненні утвердження власної душевності. Під жіночністю вибору любові пропонується розглядати подолання власної незахищенності, звільнення від відчуття неповноти буття. Це вміння розпізнати та розрізнити особливі стани душі та подолати закритість та зачарованість собою, зняття недовіри до світу та до Іншого.

Жіночність вибору любові – це естетична категорія сприйняття буття, в основі якої закладено вміння розрізнити прекрасне і потворне, величне і низьке. Це жіноче бачення процесів індивідуального буття та обопільного буття з певною лінією морально-етичних цінностей. Однак хочеться зазначити, що це не є феміністський підхід з викривленою акцентуацією на підкоренні чоловіка жінкою чи звабливим демонстративним хизуванням жіночності.

З точки зору аналізу жіночності вибору любові на основі юнганської аналітичної психології, жіночність корелюється з поняттям Аніми у чоловіків. «Оскільки аніма є архетипом, що проявляється в чоловікові, то напрошується припущення, що в жінки повинен бути відповідний еквівалент, адже як чоловік компенсується

жіночим, так і жінка – чоловічим» [6, с. 30]. Головними ознаками жіночності вибору любові є м'якість та поступливість, співпереживання та співчуття.

Однак зауважимо, що мужність вибору любові не стоїть вище за жіночність вибору любові. Ані у світоглядних питаннях, ані у чуттєвих. Кожен з цих модусів є екзистенціальним вибором та має позитивний вплив на розвиток особистості. Мужність і жіночність не означає виключно чоловічий чи жіночий вибір, проте означає вибір цілісності особистості. Мужність та жіночність вибору любові є екзистенціально-комунікативними вимірами сенсо-буттєвого самовизначення.

Таким чином, можемо констатувати, що у період неврівноваженого антропологічного буття XXI сторіччя головним життєстверджувальним фактором є світогляд, за допомогою чого людина формує нове буття, вирішуючи протиріччя. Сутнісно-буттєвою характеристикою є вибір любові. Особливо трагічно забарвлених рис вибір любові набуває у граничних ситуаціях, які є несподіваними змінниками існуючої реальності. Характеру неможливості змін набуває буденне буття, а характер приреченості притаманний граничному буттю. Переважна більшість чоловіків та жінок обирає самотність у бутті-на-межі і так не наважується здійснити вибір любові, бо це питання пов'язане з кардинальними змінами, що ведуть до набуття абсолютно нового екзистенціального досвіду.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковальчук Ю. Феномен любові у європейській філософії XIX століття: онтологічно-екзистенційний вимір. дис. ... канд. філол. наук : 09.00.05. Львів, 2017. – 190 с.
2. Крилова С. Виміри любові та проблема подолання самотності. // Людина. Екзистенція. Культура. Збірник наукових праць III та IV Всеукраїнських науково-практичних конференцій. – К.: КНТ, 2020. – 360 с.
3. Романова О. Проблема вибору любові в історії філософії. // *Гілея: науковий вісник*. Збірник наукових праць. Збірник наукових праць / гол. ред. В. М. Вашкевич; НПУ імені М. П. Драгоманова, ВГО Українська академія наук. – К., 2018. Вип. 138 (№ 11) Ч. 2. Філософські науки–2018. – С. 116-120.
4. Туренко В. Феномен любові: філософсько-антропологічні

Предметне поле нашого дослідження полягало в аналізі світогляду згідно метаантропологічної типології. Світоглядне поняття «вибір любові» є базою для подальших розвідок, а саме розгляду цінностей психіки та цілісності психіки особистості на основі методології К. Юнга, як поєднання свідомого та колективного позасвідомого. У фокусі також проблемне коло питань, що стосується іраціонального компоненту феномену вибору любові. Мова йде про теологічну концепцію Р. Отто щодо нумінозних станів душі, які охоплюють людину, впливають на свідомість та змінюють її, що призводить до утруднення прийняття доленосних рішень та здійснення вибору любові.

Отже, витлумачуємо, вибір любові – це вибір коханої людини, від якої залежатиме у подальшому доля обидвох, вибір єдиного цілого, направлений на творення якісно нового буття у партнерстві з Іншим. Поняття «вибір любові» є міждисциплінарним феноменом духовно-душевного буття в етиці та естетиці, відноситься до аксіологічного та онтологічного аспекту філософії трансцендування, а саме метаантропології. У питаннях вибору любові взаємодія чоловічого та жіночого начал у філософії розвитку людини є важливими елементами еволюції особистості, що закріплені в екзистенціальних і морально-комунікативних модусах: мужності та жіночності.

виміри східнопатристичної традиції. дис. ... канд. філол. наук: 09.00.04. Київ, 2014.

5. Хамітов Н. Філософська антропологія: актуальні проблеми. Від теоретичного до практичного повороту – К.: КНТ, 2017. – 394 с.
6. Юнг К. Аіон. Нариси щодо символіки самотності. – Львів: Астролябія, 2019. – 432 с.
7. Юнг К. Проблемы души нашего времени. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://loveread.ec/read_book.php?id=60315&p=1
8. Ясперс К. Разум и экзистенция. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2013. – 336 с.

REFERENCES:

1. Kovalchuk Yu. Fenomen lyubovi u yevropejskii filosofii hih-hh stolit: ontologichno-ekzistenciinii vimir. dis. ... kand. filol. nauk : 09.00.05. Lviv, 2017. – 190 s.
2. Krilova S. Vimiri lyubovi ta problema podolannya samotnosti. //Lyudina. Ekzistenciya. Kultura. Zbirnik naukovih prac III ta IV Vseukrayinskih nauково-praktichnih konferencij. – K.: KNT, 2020. – 360
3. Romanova O. Problema viboru lyubovi v istoriyi filosofiyi. // Gileya: naukovij visnik. Zbirnik naukovih prac. Zbirnik naukovih prac / gol. red. V. M. Vashkevich; NPU imeni M. P. Dragomnova, VGO Ukrayinska akademiya nauk. – K., 2018. Vip. 138 (№ 11) Ch. 2. Filosofski nauki–2018. – S. 116-120.
4. Turenko V. Fenomen lyubovi: filosofsko-antropologichni vimiri shidnopatristichnoi tradicii. dis. ... kand. filol. nauk: 09.00.04. Kiyiv, 2014.
5. Hamitov N. Filosofska antropologiya: aktualni problemi. Vid teoretichnogo do praktichnogo povorotu – K.: KNT, 2017. – 394 s.
6. Yung K. Aion. Narisi shodo simboliki samotnosti. – Lviv: Astrolyabiya, 2019. – 432 s.
7. Yung K. Problemy dushi nashego vremeni. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://loveread.ec/read_book.php?id=60315&p=1
8. Yaspers K. Razum i ekzistenciya. M.: «Kanon+» ROOI «Reabilitaciya», 2013. – 336 s.

Existential and communicative measurement of the choice of love in the being of a modern man

O. Romanova

Abstract. On the basis of the methodological foundations of meta-anthropology, it is proved that through the existential and communication aspects of the measurement of love, in being-on-the-edge, a person can enter the transcendental being, in which the transition from the personal to the highest cognitive-spiritual and creative stage - the philosophical worldview – takes place. The article presents and comprehends the ethical and aesthetic value category “choice of love”, and also investigates what influence different types of worldview have on the personal decisive choice in human life. For the first time in the philosophy of transcending, the concepts of “masculinity of love choice” and “femininity of love choose” were formed and derived.

Keywords: metaanthropology, choice of love, measurement of the choice of love, worldview, masculinity of love choice, femininity of love choice.

POLITICAL SCIENCE

Аналіз основних теоретичних концепцій громадянського суспільства

О. Ю. Кашаба, І. В. Щербина

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків
Corresponding author. E-mail: olga.kashaba@ukr.net, shcheririna63@gmail.com

Paper received 02.12.20; Accepted for publication 13.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-05>

Анотація. Історія політичної думки свідчить про багатоманітність теоретичних концепцій громадянського суспільства. Широкий спектр поглядів на дану проблему, дає підстави виділити два основних напрями в тлумаченні цього поняття. Перший полягає в тому, що громадянське суспільство розглядається як особлива позадержавна сфера соціуму, згідно з другою, його вважають відповідним видом соціуму, що ідентифікується з державою загалом. Різноманітність поглядів на громадянське суспільство є результатом не тільки складності гносеологічного характеру, а й своєрідним відбиттям різного історичного досвіду, різних культурних традицій.

Ключові слова: громадянське суспільство, держава, громадянин, суспільство.

Проблема громадянського суспільства надзвичайно актуальна й складна. Саме життя поставило її в центр уваги вітчизняних дослідників. Досвід майже тридцяти років незалежності України переконливо засвідчив, що ефективна робота політичної системи, нормальне функціонування економіки, добробут громадян можливі тільки за умови залучення громадської ініціативи до всіх без винятку сфер життя. Машина державної влади може лише більш або менш вдало використовувати цей потенціал, але без нього вона буде непродуктивною.

Питання генези, еволюції та функціонування громадянського суспільства викликали гостру дискусію у наукових колах. Актуальність цієї проблематики на сучасному етапі суспільно-політичного розвитку України підкреслює необхідність ґрунтовного висвітлення теоретичних та прикладних аспектів даної теми.

Тема громадянського суспільства є не тільки об'ємною, а й надзвичайно складною, комплексною. Комплексність її полягає в тому, що вона так чи інакше певним чином зачіпає коло ключових питань, зокрема: співвідношення суспільства і державної влади, прав та обов'язків громадян перед державою й обов'язків держави перед громадянами; правового регулювання суспільних відносин; діяльності політичних партій і громадських організацій; місця та ролі засобів масової інформації. У цьому контексті логічним є інтерес до аналізу теоретичних концепцій громадянського суспільства, які надають можливість розкрити та пояснити явища соціальної реальності в різних її аспектах.

На сучасному етапі поняття громадянського суспільства отримало багатофункціональність застосування. Якщо раніше його використовували для аналізу стабілізаційних процесів у західному суспільстві, то тепер - при поясненні трансформацій у східних країнах.

Історично ідея «громадянського суспільства» походить з глибин античності й середньовіччя. Від часів Платона і Цицерона поняття «громадянин» (від давньогрецького – *politēs*, латинського – *civilis*) пов'язане з правами та обов'язками, а в політології

«громадянське суспільство» якнайтісніше кореспондує з поняттям «право».

У працях Арістотеля знаходимо уявлення про громадянське суспільство як про сукупність громадян, які проживають у граді або полісі. Тобто таке розуміння фактично ототожнювало державу і громадянське суспільство. Для філософа вони є поняттями, які здатні замінювати одне одного.

Платон і Арістотель вважали, що суспільне життя без держави, без встановлюваного і підтримуваного нею порядку призведе до безладдя й не зможе нічого дати своїм громадянам. Із наявністю держави Арістотель пов'язував можливість функціонування права, а останнє є мірилом справедливості й регулюючою нормою політичного спілкування. На думку давньогрецького мислителя, цементуючою ланкою суспільної згоди є середні верстви. У трактаті «Політика» він зазначає: «Коли через відсутність середніх громадян численність неміущих переважає, держава потрапляє в небезпеку й швидко прямує до загибелі» [1, с.444]. І далі: «Тільки там, де в складі населення середні верстви переважають або обидві крайності, або одну з них, державний лад може розраховувати на стійкість» [1, с. 444]. Арістотель прагне дати визначення поняття державного устрою: «Верховна влада скрізь пов'язана з порядком державного управління, а останнє і є державним устроєм» [1, с. 457]. У цьому устрої мислитель виокремлює три складові: законодавчий орган, посади й судові органи. Звісно, Арістотель в своєму трактаті «Політика» аналізує політичну діяльність еллінського полісу. Попри це філософ наголошує, що ані ідея громадянського суспільства, ані ідея республіки неможлива без виникнення ідеального образу вільного громадянина. Мета людини-громадянина, на думку Арістотеля, полягає в тому щоб жити в *polis*, тому що він є політичною істотою: «... а будь-яке суспільство виникає для досягнення будь-якого блага... Держава і є таким благом...» [1, с. 457].

Християнство створює новий образ спільноти і нові принципи повсякденного життя людини. Апелюючи до універсалізму, людство в цей час, сприймалося як творіння Бога. Ці концепти знаходять своє відображення і в політичному дискурсі тих часів.

Отже, творці християнської політичної теорії (Августин і Фома Аквінський) різко протиставляли державу і церкву. Вся історія людства – це грандіозне звершення задуму божого творіння. Поява церкви загалом має вирішальне значення: держава перетворюється на її «світську руку». Єдність роду людського означає єдність християнської віри під контролем церкви.

Зауважимо, що за часів середньовіччя емпіричним базисом утворення поняття громадянського суспільства були міські західноєвропейські громади, що впродовж століть протистояли утилкам феодальної держави. Середньовічні міста з їх самоврядуванням, не закріпаченим працівником, етнічним і релігійним розмаїттям і толерантним поведінням к всебічному плюралізму, були викликом феодальній політичній роздрібненості й деспотичним формам монархічних регламентацій соціального життя. Міста тогочасної Європи, що отримали Магдебурзьке право, не були державами в державах. Їх статус був дещо іншим: вони виконували роль своєрідних острівків громадянського суспільства в межах феодальних країн [2].

Як відомо, Магдебурзьке право – феодальне міське право, згідно з яким міста звільнялися від управління і суду феодалів. Запроваджено воно було у м. Магдебург у XIII ст. Протягом XIII – XVIII століть воно поширилося в Чехії, Угорщині, Польщі, Литві, а звідти – на території Білорусі й України. Першими в Україні це право отримали м. Сянок у 1339 році, Львів у 1356 році, Київ – у 1494 – 1497 роках. Згодом (XV – XVII століттях) Магдебурзьке право поширилося на більшість міст України. Норми Магдебурзького права використовувалися при всіх офіційних і приватних кодифікаціях права в Україні XVIII – XIX століть. Фактично його застосування припинилося після запровадження у 1781 році «Установлення про губернії» та створення нової судової системи [3].

Розвиток абсолютизму створив умови для формування нового змісту поняття «громадянське суспільство». Цьому сприяло два процеси. З одного боку, вибудовуються ознаки сучасної держави на чолі з одноосібним правителем, наділеним правом на застосування насильства. З іншого, спостерігаємо деполітизацію станів і корпоративних суб'єктів (тих, хто раніше виконував владні функції), а це, в свою чергу, привело к створенню станового суспільства. Таким чином, виникає розподіл на державу і неполітичне суспільство. Ці тенденції аналізує у своїх творах Н. Макіавеллі. Філософ і політичний діяч активно протиставляє громадянське суспільство державі. Він наголошує на тому, що остання прагне підім'яти під себе життя суспільства. Всеохоплюючий вплив держави могли б обмежити незалежні суспільні стани, поява приватної економічної самостійності, виникнення нових егалітарних і світських форм організації. Отже, суспільство епохи Просвітництва створювало нову форму суспільного життя, стаючи прототипом сучасної концепції громадянського суспільства.

У повному обсязі ідея громадянського суспільства формується починаючи з XVII століття.

У період від кінця XVII до першої половини XIX ст. такі видатні філософи, як Т. Гоббс, Дж. Локк, Ш.-Л. Монтеск'є, Г.В.Ф. Гегель, А.де Токвіль та ін. ви-

значили головні положення про громадянське суспільство. З їхніми іменами пов'язане формування засад, що не втратили значення й у нинішніх концепціях взаємовідносин суспільства і держави. Ідеться насамперед про договірну концепцію громадянського суспільства.

Дж. Локк розглядав громадянське суспільство як форму державності, що володіє визначеним соціально-економічним і духовним змістом. Філософ доводив, що найпершим обов'язком держави, яка виникла на основі «договору», є дотримання «природного права», захист особистої свободи і приватної власності громадян. У праці «Два трактати про правління» він аналізує широкий комплекс проблем державної влади і громадянського суспільства, політичних свобод, законності. Дж. Локк наголошує, що політичне, або громадянське суспільство виступає альтернативою стану «війни всіх проти всіх», що воно є більш безпечнішим та стабільнішим: «Єдиний шлях, за допомогою якого будь-хто відмовляється від свої природної свободи і вдягає на себе узи громадянського суспільства, – це угода з іншими людьми про об'єднання в спільноту»[4, с. 321]. На думку Дж. Локка, народ є безумовним сувереном і має право не підтримувати і навіть повалити безвідповідальний уряд.

Т. Гоббс розглядав громадянське суспільство як «союз індивідуальностей», у якому його члени набувають високих людських якостей. Він першим вводить в політичну науку термін «громадянське суспільство», яке ототожнює з державою. Метою держави, на думку філософа, є соціальний порядок, захист безпеки громадян. Підкорення підданих державі мусить бути безумовним, а влада держави – абсолютною. Отже, він проголошує інтереси держави вищим критерієм моралі. У праці «Левіафан» Т. Гоббса створює гімн державі, яка утверджує пріоритет розуму, миру, безпеки багатства, цивілізованої впорядкованості.

Ж.-Ж. Руссо називав громадянським суспільство, в якому громадяни користуються своїми правами безпосередньо, а не через представницькі інститути. Свою концепцію про народний суверенітет, як можливість здійснення загальної волі філософ виклав у праці «Про суспільний договір, або Принципи політичного права». Мислитель вважав, що золотий вік людства (коли всі жили у єдності з природою і їх взаємовідносини визначалися не егоїстичним розрахунком, а простим і щирим почуттям) скінчився від моменту появи приватної власності внаслідок огороження і привласнення землі. На цьому ґрунті виникають громадянське суспільство, в якому закріплюється майнова нерівність, і держава, в якій фіксується нерівність соціальна та диференціація суспільства. Вихід Ж.-Ж. Руссо бачає у суспільному договорі, у впровадженні народного суверенітету, загальної волі. Ця воля, у свою чергу, виступає джерелом законів, мірилом справедливості і головним принципом управління: «Закони, власне, – це лише умови громадянської асоціації. Народ, який підкорився законам, має бути їх творцем: лише тим, хто вступає в асоціацію, належить визначати умови співжиття» [5, с. 433].

Наприкінці XVIII – на початку XIX століття традиційні принципи єдиного суспільства-держави змінює концепція, прихильники якої стверджують, що грома-

дянське суспільство відмінне від держави, його не можна ототожнювати з нею. Наприклад, А. де Токвіль базовим елементом громадянського суспільства вважав громаду. Важливу роль у функціонуванні громадянського суспільства він відводив різним асоціаціям: сімейним, професійним, релігійним тощо. Взаємодію громадянського суспільства і держави, на думку мислителя, забезпечують система виборів і політичні асоціації. Концепція А. де Токвіля стала теоретичним і практичним підґрунтям для дослідження структури громадянського суспільства. Отже, громадянське суспільство по А. де Токвілю – це позадержавна сфера соціуму. Т. Пейн визначав громадянське суспільство як галузь самореалізації приватних інтересів громадян. Для Г. Гегеля громадянське суспільство є проміжною між сім'єю і державою формою людської спільноти, яка забезпечує життєдіяльність суспільства і реалізацію громадянських прав. В основу концепції громадянського суспільства він поклав еволюцію форм людського співжиття. Соціальна історія, за Гегелем, це розгортання моральної ідеї на трьох основних ступенях історичного розвитку. Філософ називає елементами громадянського суспільства сім'ю і стани, які утворюють дві підвалини цього суспільства. Загалом він тяжів до утвердження примату держави над громадянським суспільством. У «Філософії права» читаємо: «Громадянське суспільство є диференціація, що виступає між сім'єю і державою, хоча розвиток громадянського суспільства настає пізніше, це важливіше ніж розвиток держави. Приватні інтереси репрезентує сім'я і громадянське суспільство, загальний інтерес – держава. Уразі зіткнення інтересів сім'ї і громадянського суспільства вони мають бути підпорядковані державі. Отже, сім'я і громадянське суспільство є частинами держави» [6, с. 639].

Таким чином, ліберально-демократична й етатистська моделі громадянського суспільства, що виникли у XVIII столітті, на практиці були суспільством буржуазним, яке утверджувало ліберальні свободи, формувало закони, громадську думку щодо загальнозначущих проблем. Відповідно ця ідея виконала своє призначення як засіб ідеологічного забезпечення буржуазних революцій. Ринок надав цьому суспільству механізми саморегуляції, звільняючи неполітичну сферу від потреби в державній регламентації.

Від середини XIX до другої половини XX століття спостерігаємо усвідомлення негативних тенденцій, які з'явилися з розвитком буржуазного суспільства, зростає занепокоєність ними, поглиблюється соціальний антагонізм і загострюється класова боротьба. У багатьох країнах, де раніше була розроблена й реалізовувалася теорія громадянського суспільства, його параметри тепер змінюються. Це виявляється в опануванні насильницьких методів розв'язання конфліктів, поширенні соціалістичних концепцій, зокрема найрадикальніших з них – марксизму.

К.Маркс услід за Г. Гегелем розглядав громадянське суспільство як історично закономірний феномен і

пов'язував його формування з відповідним ступенем розвитку суспільства загалом, насамперед буржуазного. Громадянське суспільство для нього є формою, в якій здійснюється економічний розвиток, сфера праці, виробництва і обміну. В умовах соціалізму К. Маркс уявляв процес становлення громадянського суспільства через створення сильної держави – диктатури пролетаріату, яка, перетворюючись на загальнонародну, передає свої функції суспільству і зрештою відмирає.

Отже, наприкінці XIX століття сформувалися відмінні від попередніх підходи до громадянського суспільства і відповідні теоретичні обґрунтування. Слід зазначити також, що саме відтоді інтерес до цієї проблематики поступово згасає. Одна з причин цього – у свавільному втручанні держави, тоталітарних режимів XX століття у сферу приватного життя громадян. Концепція громадянського суспільства стає неактуальною.

Відновлення інтересу науковців до теми громадянського суспільства припадає на 70 – 80-ті роки XX століття. Загальна причина цього – протест проти одержавлення суспільства, засилля в ньому владних структур. Центр уваги у вивченні соціальних проблем переноситься із соціалізму на аналіз процесу переходу від тоталітаризму через авторитаризм до демократичного устрою, а також на дослідження проблем громадянського суспільства.

Концепцію громадянського суспільства інтенсивно розробляють зарубіжні вчені, зокрема: Е.Геллнер, Дж.Кін, Ж.Керман, Дж.Александр, Ч.Тейлор та інші.

Одностайності в тлумаченні громадянського суспільства серед західних дослідників немає. Одні вчені ототожнюють це поняття з політичним суспільством, інші протиставляють громадянське суспільство як сферу неофіційної активності громадян політичному суспільству як сфері офіційності, треті зараховують до громадянського суспільства позадержавні сфери особистого, сімейного і ділового життя.

Таку різноманітність поглядів можемо спостерігати і у вітчизняному політичному дискурсі. Більшість авторів поділяють погляд на громадянське суспільство як на сферу недержавних, неполітичних відносин.

Як бачимо, історія політичної думки свідчить про багатоманітність теоретичних концепцій громадянського суспільства, які в принципі можуть бути зведені до двох: перша полягає в тому, що громадянське суспільство розглядається як особлива позадержавна сфера соціуму, згідно з другою, його вважають відповідним видом соціуму, що ідентифікується з державою загалом.

Різноманітність поглядів на громадянське суспільство є результатом не тільки складності гносеологічного характеру, а й своєрідним відбиттям різного історичного досвіду, різних культурних традицій, у яких відбувалося становлення громадянського суспільства, а також незавершеності і продовження процесів його формування в глобальному масштабі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аристотель. Политика // Соч.: В 4т. – М.: Мисль, 1983.
2. Кашаба О.Ю., Щербина І.В. Громадянське суспільство в Україні: політологічний та історичний аналіз // European Applied Sciences, ORT Publishing Stuttgart, Germany. – 2015, Вип.2, С. 23 – 25.
3. Кашаба О.Ю. Історичні традиції громадянського суспіль-

- ства в Україні // Вісник ХНУ імені В.Н.Каразіна. – Серія «Політичні науки». Вип.33, 2018. – С. 104-107.
4. Локк Дж. Два трактата о правлении// Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997.- Т.1.
5. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре, или Принципы политического права// Антология мировой политической

- мысли:В 5 т. – М., 1997 – Т.1.
6. Гегель Г. Философия права//Антология мировой политической мысли: В 5 т. – М., 1997 – Т.1.
7. Політична система та інститути громадянського суспільства в сучасній Україні: Навч. посібник/ Ф.М.Рудич, Р.В. Балабан, Ю.С. Ганжуров та ін. – К.: Либідь, 2008.

REFERENCES

1. Ary`stotel`. Poly`ty`ka // Soch.: V 4t. – М.: My`sl`, 1983.
2. Kashaba O.Yu., Shherby`na I.V. Gromadyans`ke suspil`stvo v Ukrayini: politologichny`j ta istory`chny`j analiz // European Applied Sciences, ORT Publishing Stuttgart, Germany. – 2015, Vy`p.2, S. 23 – 25.
3. Kashaba O.Yu. Istory`chni trady`ciyi gromadyans`kogo suspil`stva v Ukrayini // Visny`k XNU imeni V.N.Karazina. – Seriya «Polity`chni nauky». Vy`p.33, 2018. – S. 104-107.
4. Lokk Dzh. Dva traktata o pravleny`y`// Antologiya my`rovoj poly`ty`cheskoj mysly`: V 5t. – М., 1997.- Т.1.
5. Russo Zh.-Zh. Ob obshhestvennom dogovore, y`ly` Pryn`cy`py poly`ty`cheskogo prava// Antology`ya my`rovoj poly`ty`cheskoj mysly`.:V 5t. – М., 1997. – Т.1.
6. Gegel` G. Fy`losofy`ya prava//Antology`ya my`rovoj poly`ty`cheskoj mysly`: V 5 t. – М., 1997 – Т.1.
7. Polity`chna sy`stema ta insty`tuty` gromadyans`kogo suspil`stva v suchasnij Ukrayini: Navch. posibny`k/ F.M.Rudy`ch, R.V. Balaban, Yu.S. Ganzhurov ta in. – К.: Ly`bid`, 2008.

Analysis of the basic theoretical concepts of civil society

O. Y. Kashaba, I. V. Shcherbyna

Annotation. The history of political thought shows the diversity of theoretical concepts of civil society. A wide range of views on this problem gives grounds to distinguish two main areas in the interpretation of this concept. The first is that civil society is seen as a special non-state sphere of society, according to the second, it is considered an appropriate type of society, identified with the state as a whole. The diversity of views on civil society is the result not only of the complexity of the epistemological nature, but also a kind of reflection of different historical experiences, different cultural traditions.

Keywords: *civil society, state, citizen, society.*

PSYCHOLOGY

Структура мотиваційного виміру спільності

Г. В. Коваль

Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна
Corresponding author. E-mail: Gennadiy83zp@i.ua

Paper received 11.12.20; Accepted for publication 22.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-06>

Анотація. В статті розглянуто проблематику уточнення підвалини виокремлення специфіки колективної суб'єктності суспільного волонтерського руху з надання допомоги постраждалим та учасникам військового конфлікту, спричиненого агресією РФ. Подано схему загальної структури мотиваційного виміру спільності. Розкрито шляхи конкретизації структури мотиваційного виміру спільності відносно специфіки механізмів спілкування.

Ключові слова: волонтерство, спілкування, колективна суб'єктність, спільність.

Вступ. Виокремлення підвалин аналізу специфіки колективної суб'єктності суспільного волонтерського руху (далі СВР) обумовлює звернення до конструкту спільність. Якщо аналіз спілкування як процесу утворення спільності дозволяє виокремити сукупність механізмів її набуття [2], то окремої розвідки потребує специфіка впливу спільності на суб'єктність. Тобто, потребує розкриття мотиваційний потенціал спільності як один з соціально-психологічних аспектів мотивації волонтерської допомоги, що покликаний розкрити специфіку соціально-психологічного обумовлення волонтерської діяльності [3].

Огляд публікацій. Спільність як характеристика зв'язку у проблематиці поняттєвого визначення актуалізуються в межах методології постнекласичного соціально-психологічного дискурсу [4]. Так, на відміну від класичної та некласичної методологій, що зосереджені на зовнішньо/ та внутрішньо особистісних факторах, постнекласична методологія, за думкою Т.Титаренко, зосереджує аналіз на «польових» характеристиках повсякденності – полі, просторі, контексті [4, с.25], у їх визначальних характеристиках – мінливості, пульсації, нон-фінальності – віднаходить специфіку соціально-психологічних явищ. Відтак, в обумовленні специфікою інтерсуб'єктивної феноменальності, здійснюються особистісні соціально-психологічні практики, відносно яких спільність постає як одна з визначальних характеристик [4, с.26].

Окремо в межах згаданої методології обґрунтовано перегляд уявлень про мотивацію через їх доповнення соціально-психологічними аспектами [1, с.102]. Конкретизація останніх припускає розгляд стосунків та взаємодій у якості окремих мотиваційних факторів [1, с.6]. Виокремлення взаємодії як мотиваційного фактору припускає подальшу конкретизацію її атрибутивних соціально-психологічних характеристик. У якості таких характеристик й постають соціальність та спільність як нетотожні властивості, де соціальність виступає характеристикою певного суб'єкта/ об'єкта як наслідок взаємодії, а спільність – характеристикою зв'язку між суб'єктами взаємодії [3, с.64]. Отже видно – ефекти взаємозв'язку між елементами сукупного суб'єкта можуть бути розкриті саме через характеристику зв'язаності, де спільність постає як її соціально-психологічна конкретизація [там само]. Даний підхід

до виокремлення спільності також уможливило її розуміння як мотиваційного чинника. Відтак, мотиваційний вимір спільності припускає уточнення моделі процесу її набуття.

Мета статті. Уточнити підвалини виокремлення специфіки колективної суб'єктності СВР у світлі мотиваційного виміру спільності.

Результати та обговорення. Висвітлення мотиваційного виміру спільності можемо розпочати з виокремлення його структури та увиразнення її у робочій схемі аналізу (див. схема 1). У загальній площині аналізу роль основного елемента структури відіграє спільність як мотив. Звідси, наступним елементом постає процес її утворення – спілкування. При цьому, відносно структури мотиваційного виміру спільності спілкування доцільно додатково структурувати. Так, доцільно виокремити підструктуру в якій угруповано елементи у їх даності як результату – зв'язок та такі характеристики як спільність та єдність. Також – підструктуру де угруповано елементи, що уточнюють механізм спільності через процеси зв'язування – зовнішньо-суб'єктивний процес, чинник (посередник зв'язку), внутрішньо-суб'єктивний процес. Окремо можливо означити іншу сторону мотивації – вплив спільності на активність, яка набуває характеристик суб'єктності.

Зауважимо, що дана схема розкриває мотиваційний вимір спільності в загальній площині аналізу. Тобто є формально-змістовною, де конкретизація її змісту є залежною від якісної специфіки зв'язку (механізму встановлення) [2]. Зокрема, специфіка спільності, що набувається під час комунікації припускає наступну деталізацію структури (див. схема 2).

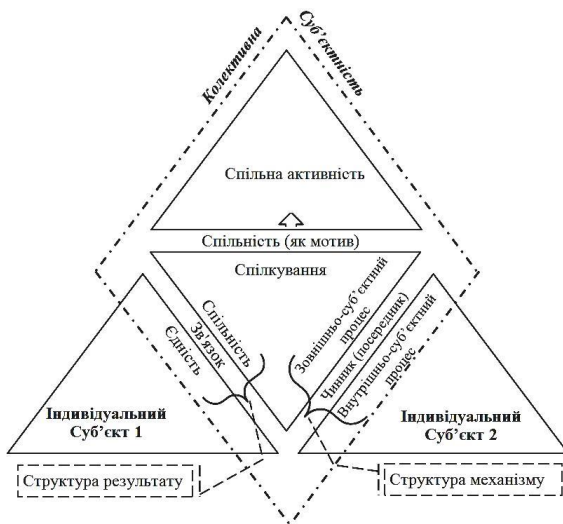


Схема 1. Загальна структура мотиваційного виміру спільності

Звідси бачимо – конкретизація мотиваційного виміру спільності припускає поуточнення змістовного наповнення підструктур результату та механізму. У якості конкретизації внутрішньо-суб'єктного процесу вже було указано такі процеси як ідентифікація та інтерпретація [2, с.56]. Окремою складовою конкретизації є конструкт чинника (посередника) зв'язування. Зокрема, на відміну від знака як елемента зв'язування, що є складовою комунікації та реалізує свій вплив через процес обміну (див. схему 2), у межах, до прикладу, культурно механізму спілкування чинником виступає річ, ідея або інтерсуб'єктивний простір як спільно утворені об'єкти/предмети [2, с.55] (див. схему 3). За такої умови конкретизація зовнішньо-суб'єктного процесу набуває значення процесу практикування. Відповідно, відносно культурного механізму практикування виступає ustalеним процесом, в той час як конструкт чинника припускає подальшу конкретизацію.



Схема 2. Структура мотиваційного виміру спільності відносно комунікаційного механізму спілкування.

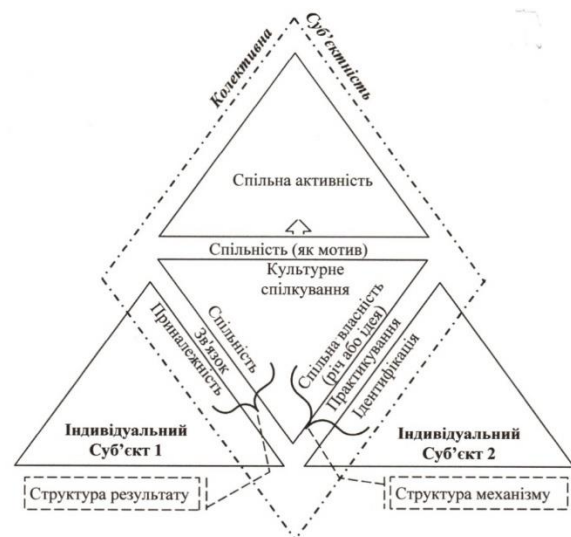


Схема 3. Структура мотиваційного виміру спільності відносно культурного механізму спілкування.

Відносно прескриптивного механізму [2, с.54] у якості чинника доцільно виокремлювати характеристику (ознаку, властивість, стан) людини. Тоді у якості зовнішньо-суб'єктного процесу постає екстраполяція (атрибуція) умови відносно якої людина може повстати у якості елемента спільноти як певної системи.

Відносно соціального механізму, враховуючи його специфіку [2, с.56-57], у якості чинника виокремлюємо соціальну прескрипцію (як регулятор), а у якості зовнішньо-суб'єктного процесу – організацію (організування шляхом регуляції) спільного простору взаємодії.

Окремо зауважимо, що окрім механізму набуття спільності суттєвою умовою специфікації вказаних підструктур є своєрідність колективного суб'єкта. Зокрема, в межах підструктури результату врахування специфіки СВР дозволяє конкретизувати характеристику не лише якісної відмінності зв'язку, але й рівня його заданості. Так, оскільки в соціально-психологічному дискурсі ustalено виокремлено три рівні видів взаємодії – між індивідуальний, груповий та між груповий, то зрозуміло, що відносно рівня утворення зв'язку специфіку СВР обумовлює міжіндивідуальний рівень взаємодії. Тобто – специфіка внутрішньо-групового зв'язку волонтерів СВР завдає на міжіндивідуальним зв'язком на рівні взаємодії волонтер ↔ реципієнт.

Висновки. Відтак, розкрита модель структури мотиваційного виміру спільності надає можливість поуточнення підвалін виокремлення специфіки колективної суб'єктності СВР в їх обумовлені механізмами набуття зв'язку між носіями психічного. Водночас, розуміння спільності як мотиву також дозволяє зауважити інший теоретичний обшир для подальшого аналізу, адже припускає актуальність розгляду тих факторів, що традиційно пов'язано з категорією мотив у загально-психологічному дискурсі її вжитку. Мова, зокрема, про такі утворення як потреби та цінності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Климчук, В. Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка. 2015.
2. Коваль Г. Модель спілкування в дослідженні і виокрем-

ленні специфіки колективної суб'єктності //Проблеми сучасної психології. 2018. №. 2. С. 50-59.

3. Спіцина Л. В., Коваль Г. В. Соціально-психологічні аспекти мотивації волонтерської допомоги. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2018. №. 41. С. 57-

67.

4. Титаренко, Т., Кочубейник, О., Черемних, К. Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності. Київ: Міленіум. 2014

REFERENCES

1. Klymchuk, V. Motivational discourse of personality: on the way to social psychology of motivation. Zhytomyr: ZhsU named after I. Franko. 2015
2. Koval, H. Model of communication in the study and separation of the specifics of collective subjectivity. Problems of modern psychology. 2018. №. 2. P. 50-59.
3. Spitsyna, L., Koval, H. Socio-psychological aspects of motivation for volunteer care. Scientific studies in social and political psychology. 2018. №. 41. P. 57-67.
4. Tytarenko, T., Kochubeynyk, O., Cheremnykh, K. Psychological practices of constructing life in postmodern society. Kyiv: Millennium. 2014

Structure of the motivational dimension of commonality

H. Koval

Abstract. The problematic of refinement of the basis for the single out of specificity of the collective subjectivity of the social volunteer movement to help the victims and participants in the military conflict caused by the aggression of the Russian Federation has been reviewed this article. The scheme of the general structure of the motivational dimension of the commonality has been represented. The ways of specification of the structure of the motivational dimension of the commonality in relation to the specificity of communication mechanisms has been revealed.

Keywords: *volunteering, communication, collective subjectivity, commonality.*

Психологічне благополуччя студентів в умовах сепарації від батьківської сім'ї

В. О. Крамченкова, О. В. Чурсіна

Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
Corresponding author. E-mail: kramchenkova@ukr.net

Paper received 09.12.20; Accepted for publication 23.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-07>

Анотація. Стаття присвячена дослідженню особливостей психологічного благополуччя та особистісної зрілості студентів з різним сепараційним статусом. Показано, що за умов проживання окремо від батьківської сім'ї студенти характеризуються вищими показниками особистісної зрілості за всіма складовими – когнітивною, регуляторною, рефлексивною та моральною. Виявлено особливості психологічного благополуччя студентів у залежності від сепараційного статусу, які полягають у більшій автономії, здатності до управління власним життям, почутті саморозвитку, наявності чітких життєвих цілей, більшої осмисленості та задоволеності життям за умов окремого проживання від батьківської сім'ї.

Ключові слова: психологічне благополуччя, особистісна зрілість, сепарація, батьківська сім'я, студенти.

Вступ. Проблема гармонійної сепарації молоді людини від батьківської сім'ї має високу соціальну значущість. У сучасному суспільстві спостерігається загострення проблеми особистісного інфантилізму серед молоді, збільшення випадків нездорової або незавершеної сепарації. Студентський вік супроводжується низкою змін, які передують переходу від залежності, інфантильності до статусу дорослої, самостійної людини, що пов'язане з сепарацією від батьківської сім'ї. Відомо, що момент розставання дитини, яка дорослішає і батьків, є нормативною сімейною кризою, що має істотне значення для розвитку людини. Дослідження психологічного благополуччя особистості, що сепарується, набуває соціальної самостійності та особистісної зрілості має велике значення для сьогодення. Ще з часів З. Фрейда успішна сепарація розглядалася як невід'ємна умова благополуччя особистості. Ситуація відокремлення дорослої людини від батьків – ситуація сепарації є важливим етапом набуття молоді людиною нового статусу, що формує в неї певні особистісні якості, необхідні для подальшого становлення у житті. На думку Е. Фромма, справжньої зрілості, що супроводжується здатністю творити і любити, людина може досягти тільки в разі повноцінного відокремлення від своєї первинної спільності. Очевидно, що сепараційний процес є кризовим та характеризується напруженням адаптаційних ресурсів особистості, що в свою чергу, не може не позначатися на її психологічному благополуччі. Погляд на ситуацію сепарації від батьківської сім'ї як на кризову, а на сепараційний процес як на каталізатор формування особистісної зрілості задля соціально-психологічної адаптації та підтримки психологічного благополуччя студентів, обумовлює актуальність цього дослідження.

Короткий огляд публікацій по темі дослідження. Аналіз публікацій дозволяє виділити три змістовних підходи до сепарації – процесуальний, в якому наголошується зв'язок сепарації з розвитком і віковими кризами особистості; особистісний, який акцентує зв'язок сепарації і різного роду якостей, зокрема особистісної зрілості; ситуаційний, який вивчає ситуацію фізичної сепарації молоді людини від батьківської сім'ї (роздільного проживання з батьками), включаючи когнітивні уявлення про дану подію, емоційну

оцінку, особистісні якості та поведінку, які формуються у відповідь на вимоги середовища [0]. Модель процесу психологічної сепарації із виділенням його зовнішньої (соціального відокремлення) та внутрішньої (психологічної автономії) складових представлена у дослідженнях Н.Е.Харламенкової. Також в межах даної моделі наголошується, що процеси сепарації відображають взаємодію людини зі світом за допомогою встановлення відносин на різних рівнях [0].

В науковій літературі феномен психологічного благополуччя традиційно розглядається в межах гедоністичного (Д. Канеман, Н. Бредберн, Е. Дінер) та евдемоністичного підходів (А. Уотермен, К. Ріфф). В гедоністичному підході психологічне благополуччя розуміється як емоційна оцінка себе та свого життя в термінах «задоволеність – незадоволеність», що обумовлена відмінностями між позитивним та негативним афектом. В евдемоністичному підході дослідники акцентують увагу на інтеграції різних потенціалів особистості, що дозволяють найкращим чином реалізувати базові потреби, цінності та ідеали [0; 0; 0]. Згідно моделі К. Ріфф психологічне благополуччя розуміється як базовий суб'єктивний конструкт, що відбиває сприйняття і оцінку свого функціонування з точки зору вершини потенційних можливостей людини, тобто імпліцитно включає категорію особистісної зрілості [0]. В цьому контексті доцільним є розгляд категорії особистісної зрілості як соціального конструкту, що відображає відповідність уявлень людини про власну особистість нормативним еталонам зрілості [0]. Отже, аналіз наукової літератури показує, що питання психологічного благополуччя та особистісної зрілості студентів у ситуації сепарації від батьківської сім'ї потребує додаткових досліджень.

Мета – визначити особливості психологічного благополуччя та особистісної зрілості у студентів з різним сепараційним статусом.

Матеріали і методи. Зовнішній аспект сепарації від батьківської сім'ї, тобто самостійність проживання студентів, представляється найбільш релевантним критерієм формування груп. Для позначення досліджуваних ми скористалися поняттям «сепараційний статус», введеним Ю.В. Потаповою та А.Ю. Маленовою [0]. При формуванні дослідницької вибірки було залучено 35 осіб, що мешкають окремо

від батьків у гуртожитку, знімному або власному житлі (група з постсепараційним статусом), та 35 осіб, що мешкають з батьками або з одним з них (група з пресепараційним статусом). Загалом у дослідженні взяли участь 70 студентів, віком від 18 до 22 років, 40 відчат та 30 юнаків.

В якості психодіагностичного інструментарію були використані методики «Шкала психологічного благополуччя» К. Ріфф в адаптації Шевеленкової Т.Д. та Фесенко П.П. [0] і «Шкала самооцінки особистісної зрілості» Миклякової А.В. [0]. Діагностика психологічного благополуччя за методикою «Шкала психологічного благополуччя» К. Ріфф в адаптації Шевеленкової Т.Д. та Фесенко П.П. окрім загального рівня психологічного благополуччя передбачала вимірювання основних його компонентів за шкалами: наявність мети в житті, позитивні відносини з іншими, особистісний ріст, управління оточенням, самоприйняття і автономія. Також методика дозволяє діагностувати показники за додатковими шкалами – баланс афекту, осмисленість життя, людина як відкрита система. Показники за шкалою баланс афекту на відміну від інших шкал методики мають інвертовані значення, тобто високі показники за цією шкалою інтерпретуються як переважання негативного афекту над позитивним [0]. Діагностика особистісної зрілості за методикою «Шкала самооцінки особистісної зрілості» Миклякової А.В. передбачала виявлення самооцінок випробуваного щодо нормативів соціально-психологічної зрілості особистості, які складають зміст соціального конструкту «зрілість особистості - інфантилізм особистості». Шкала включає чотири субшкали – регуляторна, моральна, когнітивна та рефлексивна складові зрілості [0].

Для перевірки значущості відмінностей показників використано t-критерій Ст'юдента. Обробка даних здійснювалася за допомогою пакетів програм MS Excel 2007 та SPSS Statistic 20.

Результати та їх обговорення. У студентському віці важливим особистісним завданням виступає самовизначення, вибір життєвого шляху. У цей період молоді люди найчастіше покидають батьківські сім'ї і починають самостійне життя. Ситуація відокремлення від батьківської сім'ї, тобто ситуація сепарації, є важливим кроком для набуття нового статусу, соціальної самостійності та особистісної автономії. Сепараційний процес є нелінійним та протяжним у часі, а набуття статусу «самостійної людини» потребує докладання зусиль та розвитку особистісних якостей, корисних для вирішення широкого кола життєвих завдань. Отже, ситуація відокремлення від батьківської сім'ї є кроком до розвитку особистісної зрілості. Результати дослідження особистісної зрілості у залежності від сепараційного статусу представлені у таблиці 1.

Як показують отримані дані (табл. 1), у студентів з пресепараційним статусом загальний показник особистісної зрілості та показники її складових відповідають низькому рівню. Отже, за умов спільного проживання досліджуваних з батьками спостерігається низька здатність керувати своєю поведінкою, приймати самостійні рішення і нести відповідальність за їх наслідки, продуктивно використовувати власний життєвий досвід для рішення актуальних завдань, адекватно

оцінювати самого себе, свої дії та їх наслідки, реалізовувати високоморальну поведінку. Також студенти цієї групи не оцінюють себе як соціально зрілу особистість.

Таблиця 1. Показники особистісної зрілості студентів у залежності від їх сепараційного статусу

Параметри особистісної зрілості	Середні показники за групами (M, σ)				t-критерій
	Група з пресепараційним статусом		Група з постсепараційним статусом		
	M	σ	M	σ	
Рефлексивна зрілість	19,85	1,08	23,34	2,89	4,90*
Регуляторна зрілість	17,73	1,53	22,97	2,90	6,66*
Моральна зрілість	18,47	1,63	20,97	3,39	2,67*
Когнітивна зрілість	18,00	1,43	21,80	3,04	4,69*
Загальна зрілість	74,05	1,49	89,08	8,14	6,86*

Примітка * - достовірність відмінностей $p < 0,05$

Студенти із постсепараційним статусом виявляють середній рівень узагальненого показника особистісної зрілості. В цієї групі за рефлексивним, когнітивним та регулятивним компонентами виявлено середній, а за моральним – знижений рівень показників. Отже, за умов окремого проживання студентів характеризує достатня здатність самокерування та самоконтролю. Вони схильні до самостійності у прийнятті рішень, відповідальності за свої дії. Студенти цієї групи виявляють вміння враховувати життєвий досвід та «вчитися на своїх помилках», здатність досить адекватно оцінювати свої дії та їх наслідки, але недостатню здатність будувати свою поведінку відповідно до вимог моральних норм. Загальна оцінка своєї особистісної зрілості у студентів цієї групи відображує проміжне положення на континуумі соціально-нормативних уявлень «зрілість особистості - інфантилізм особистості».

В результаті статистичного аналізу відмінностей між досліджуваними групами виявлено достовірно вищі показники як загальної особистісної зрілості ($t = 6,86$, $p < 0,05$) так і її окремих складових у студентів із постсепараційним статусом (табл.1). Отже, студенти, які мешкають окремо від батьків, характеризуються більш високою оцінкою відповідності уявлень про власну особистість з соціально-нормативним еталоном зрілості. Також їх відрізняють більш високі показники рефлексивної зрілості ($t = 4,90$, $p < 0,05$), що характеризує здатність до адекватної самооцінки, оцінки своїх дій та їх наслідків. За показниками регуляторної зрілості ($t = 6,66$, $p < 0,05$) студенти з постсепараційним статусом характеризуються, як більш самостійні, здатні приймати власні рішення незалежно від думки оточуючих, мають власну думку та більш високий рівень відповідальності. За параметром когнітивної зрілості студенти, які мешкають окремо, демонструють більш високий показник ($t = 4,69$, $p < 0,05$), що описує здатність власного досвіду у житті справлятися з протиріччями і невизначеністю життєвого досвіду, а також, більше визнання суб'єктивної цінності власного досвіду. Незважаючи на те, що моральна складова особистісної зрілості у студентів, які мешкають окремо від батьків, характеризується зниженими показниками, їх рівень достовірно вище

ніж у студентів, які мешкають спільно з батьками ($t = 2,67, p < 0,05$). Такі дані можуть бути пов'язані як із розмиванням соціальних еталонів моралі у сучасному суспільстві, так і з орієнтацією у вирішенні моральних дилем на очікування значущих інших, а не на внутрішні моральні цінності. Зростання цього показника в умовах ситуації сепарації говорить на користь того, що досвід самостійного проживання та вирішення повсякденних життєвих проблем стимулює інтеріоризацію норм та оцінок, що регулюють поведінку людей у суспільстві, а також реалізацію соціально схваленої поведінки.

Отже, особливості ситуації сепарації і розвиток особистісних якостей взаємообумовлюють один одне – від рівня розвитку зрілості залежить те, як проходить фактичне відокремлення від батьківської сім'ї, а окреме проживання має стимулюючий ефект для розвитку особистісної зрілості.

Як показують отримані дані (табл. 2), студенти з постсепараційним статусом продемонстрували більш високий рівень загального показника психологічного благополуччя ніж студенти, що мешкають з батьками ($t = 3,22, p < 0,05$). Тобто окреме проживання від батьків дорослих дітей супроводжується більшою повнотою самореалізації в конкретних життєвих умовах і обставинах, знаходженням балансу між відповідністю

запитам соціального оточення і власної індивідуальності.

Аналіз компонентів психологічного благополуччя (табл.2) показує достовірно вищі показники за шкалами «автономія» ($t = 2,30, p < 0,05$), «управління середовищем» ($t = 3,69, p < 0,05$), «особистісний ріст» ($t = 2,24, p < 0,05$), «мети в житті» ($t = 3,09, p < 0,05$), «самоприйняття» ($t = 2,90, p < 0,05$) у досліджуваних студентів з постсепараційним статусом. Показники за шкалою «позитивні взаємини з іншими» характеризуються зниженим рівнем в обох групах ($t = 0,81, p > 0,05$), що характеризує утруднення в побудові довірчих стосунків з оточуючими, що може бути пов'язане з особливостями віку, зокрема максималізмом та безкомпромісністю в міжособистісних взаєминах, а також обумовлено соціально-економічними складнощами життя.

Отже, студенти, що мешкають окремо від батьків, є більш самостійними, незалежними, відкритими новому досвіду, здатні протистояти спробам змусити їх думати чи діяти певним чином, можуть самостійно регулювати власну поведінку, оцінюють себе відповідно своїм особистим критеріям. Крім того, вони мають вплив в управлінні своїм оточенням, контролюють зовнішню діяльність, ефективно використовують можливості та здатні створювати умови, які підходять для досягнення їх цілей.

Таблиця 2. Показники психологічного благополуччя студентів у залежності від їх сепараційного статусу

Параметри психологічного благополуччя	Середні показники за групами (M, σ)				t-критерій
	Група з пресепараційним статусом		Група з постсепараційним статусом		
	M	σ	M	σ	
Позитивні взаємини з іншими	57,41	10,77	59,31	8,46	0,81
Автономія	52,58	9,17	57,97	10,21	2,30*
Управління середовищем	52,47	8,04	58,51	5,28	3,69*
Особистісний ріст	58,88	9,08	63,71	8,78	2,24*
Мети у житті	56,00	10,75	63,34	8,91	3,09*
Самоприйняття	52,08	10,00	58,57	8,49	2,90*
Баланс афекту	100,05	19,19	89,57	15,92	-2,47*
Осмисленість (розуміння) життя	86,73	14,06	97,51	12,99	3,30*
Людина, як відкрита система	60,44	10,49	63,88	9,54	1,42
Психологічне благополуччя	329,44	43,02	361,42	39,26	3,22*

Примітка * - достовірність відмінностей $p < 0,05$

На відміну від студентів з постсепараційним статусом студенти, які мешкають з батьками, більш залежать від думки і оцінки оточуючих, в прийнятті важливих рішень частіше покладаються на думку інших, можуть піддаватися спробам змусити їх думати чи діяти певним чином. Вони можуть мати труднощі в організації повсякденної діяльності, іноді відчувають себе нездатним змінити або поліпшити обставини, не в повній мірі здатні контролювати те, що відбувається навколо.

Аналіз додаткових інтегративних показників психологічного благополуччя свідчить про достовірні відмінності між досліджуваними групами за параметрами «баланс афекту» ($t = -2,47, p < 0,05$) та «осмисленості життя» ($t = 3,30, p < 0,05$). Оскільки показники за шкалою «баланс афекту» мають інвертовані значення, то більш високі значення цього показника у студентів з пресепараційним статусом виявляють переважання негативних емоційних станів над пози-

тивними. Отже, студенти, які мешкають спільно з батьками, виявляють більшу незадоволеність обставинами власного життя, недостатню здатність підтримувати позитивні відносини з оточуючими, невіру у власні сили та здібності долати життєві перешкоди, що демонструє більшу незадоволеність собою та своїм життям. На відміну від них студенти з постсепараційним статусом характеризуються переважанням позитивного ставлення до себе, більшим прийняттям себе при адекватній оцінці своїх переваг та недоліків, більшою упевненістю у собі та власних можливостях в управлінні повсякденними справами, більшим почуттям компетентності в контактах з оточуючими. Все це проявляє більшу загальну задоволеність власним життям.

За параметром «осмисленість життя» більш високі показники виявлено у досліджуваних студентів з постсепараційним статусом. Отже, студенти, які мешкають окремо від батьків, схильні до більшої цілеспря-

мованості, сприйняття свого минулого, сьогодення та майбутнього як сповненими сенсом, мають життєві цінності та перспективні цілі, характеризуються розумінням причино-наслідкових закономірностей життя. У студентів, що мешкають з батьками, мають місце прояви переживання безглуздості життя, почуття нудьги і безцільності існування, недолік усвідомлення життєвих перспектив, або недостатня їх привабливість. Здатність інтегрувати окремі аспекти свого життєвого досвіду, реалістичність поглядів на життя та відкритість новому характеризується середнім рівнем у студентів обох досліджуваних груп та не має достовірних відмінностей.

Висновки. Встановлена взаємообумовленість ситуації сепарації та особистісної зрілості студентів. З одного боку, від рівня розвитку зрілості залежить фактичне відокремлення від батьківської сім'ї, з іншого - окреме від батьків проживання студентів, ви-

ступає каталізатором набуття більшої особистісної зрілості за всіма складовими – когнітивною, регуляторною, рефлексивною та моральною. Вищий рівень особистісної зрілості у студентів з постсепараційним статусом співвідноситься із більш високими показниками психологічного благополуччя, ніж у студентів з пресепараційним статусом. За складовими психологічного благополуччя студенти із постсепараційним статусом характеризуються більшою автономією, здатністю до управління власним життям, почуттям саморозвитку, наявністю життєвих цільей та більш позитивним ставленням до себе, більшою осмисленістю життя та переважанням позитивного афекту над негативним.

Перспективним напрямком подальших досліджень може бути визначення варіативності психологічної сепарації та її зв'язку із міжособистісними стосунками в родині.

ЛИТЕРАТУРА

1. Маленова А.Ю., Потапова Ю.В. Феномен сепарации: определение проблемного поля исследования // Вестник Омского университета. Серия «Психология», 2013, №2. С. 41–48.
2. Микляева А. В. Шкала самооценки личностной зрелости: опыт разработки и апробация. // Современные исследования социальных проблем. 2017, Т. 8, №2. С.52–68.
3. Потапова Ю. В., Маленова А. Ю. Личностные особенности и отношение к ситуации сепарации юношей и девушек с разной степенью финансовой независимости. // Вестник Омского университета. Серия «Психология». 2015, № 2. С. 16–23
4. Харламенкова Н.Е., Кумыкова Е.В., Рубченко А.К. Психологическая сепарация. Подходы, проблемы, механизмы. М.: Институт психологии РАН, 2015. 367 с.
5. Шевеленкова Т. Д., Фесенко Т. П. Психологическое благополучие личности (обзор основных концепций и мето-

- дика исследования). // Психологическая диагностика. 2005, № 3. С. 95–121.
6. Deci E. L., Ryan R. M. Hedonia, eudaimonia, and well-being: an introduction. // Journal of Happiness Studies. 2008, № 9. P. 1–11.
7. Rahmani K., Gnoth J., Mather D. Hedonic and eudaimonic well-being: A psycholinguistic view // Tourism Management. 2018, Vol. 69. P. 155-166
8. Ryff C. D. Eudaimonic well-being, inequality, and health: recent finding and future. International Review of Economics. 2017, Vol. 64, № 2. P. 159–178.
9. Vazquez C, Hervas G., Rahona J., Gomez D. Psychological well-being and health. Contributions of positive psychology. //Annuary of clinical and health psychology. 2009, Vol. 5. P. 15–27.

REFERENCES

1. Malenova A. Yu., Potapova Yu. V. The separation phenomenon: finding of the problem field of research // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psikhologiya» 2013, №2. P. 41–48.
2. Miklyaeva A.V. Scale self-assessment of personal maturity: the experience in the development and testing // Sovremenny`e issledovaniya soczial`ny`kh problem. Vol. 8, №2. P.52–68.
3. Potapova Yu. V., Malenova A. Yu. Personal qualities and attitude to the situation of separation by adolescents with different degrees of financial independence // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Psikhologiya». 2015, № 2. P. 16–23.
4. Kharlamenkova N.E., Kumykova E.V., Rubchenko F.K.. Psychological separation. Approaches, problems, techniques. M.: Psychology Institute RAS, 2015. 367 p.

5. Shevelenkova T. D., Fesenko P. P. Psihologicheskoe blagopoluchie lichnosti (obzor osnovnyih kontseptsiy i metodika issledovaniya) // Psihologicheskaya diagnostika. 2005, № 3. P. 95-129.
6. Deci E. L., Ryan R. M. Hedonia, eudaimonia, and well-being: an introduction. // Journal of Happiness Studies. 2008, № 9. P. 1–11.
7. Rahmani K., Gnoth J., Mather D. Hedonic and eudaimonic well-being: A psycholinguistic view // Tourism Management. 2018, Vol. 69. P. 155-166
8. Ryff C. D. Eudaimonic well-being, inequality, and health: recent finding and future. International Review of Economics. 2017, Vol. 64, № 2. P. 159–178.
9. Vazquez C, Hervas G., Rahona J., Gomez D. Psychological well-being and health. Contributions of positive psychology. //Annuary of clinical and health psychology. 2009, Vol. 5. P. 15–27.

Psychological well-being of students in situation of separation from their parental family

V. O. Kramchenkova, O. V. Chursina

Abstract. The article is devoted to the study of the features of psychological well-being and personal maturity of students with different separation status. It is shown that under the conditions of living separately from the parental family, students are characterized by higher indicators of personal maturity in all components - cognitive, regulatory, reflexive and moral. The features of psychological well-being of students, depending on the separation status, are revealed, which consist in greater autonomy, the ability to manage their own lives, a sense of self-development, clear life goals, greater meaningfulness and satisfaction with life among those living separately.

Keywords: psychological well-being, personal maturity, separation, parental family, students.

SOCIAL COMMUNICATIONS

Періодичні видання, блоги та інтернет портали в готельно-ресторанній справі як джерела бібліотечно-інформаційного забезпечення

В. Антонович

Київський національний університет культури і мистецтв
Corresponding autor. E-mail: vova.trtt.mc@gmail.com

Paper received 19.10.20; Accepted for publication 29.10.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-08>

Стаття присвячена дослідженню періодичних видань, блогів та інтернет порталів, як потенціальних джерел актуального інформаційно-бібліотечного забезпечення фахівців готельно-ресторанної справи в Україні. **Методологія** полягає у використанні індукційного та дедукційного методів аналізу українських періодичних видань та інтернет ресурсів. Більшість видань у сфері готельно-ресторанних послуг в Україні створені фахівцями та організаціями, які управляють готелями та ресторанами, а також розробляють супутні продукти для автоматизації та полегшення виробничих процесів. Інколи інформація з даної тематики з'являється в нефахових ресурсах і може бути непоміченою.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, готельно-ресторанна справа, блог, портал, соціальне партнерство, бібліотека.

Вступ. В Україні проблемами забезпечення інформацією готельно-ресторанної сфери в переважній більшості займаються бібліотеки вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців цього напрямку. За даними порталу «ОСВІТА.UA» станом на 12 листопада 2018 року таких закладів налічувалося близько 132. Крім бібліотек вишів також непогані ресурсні бази знаходяться в бібліотеках коледжів і певні матеріали розміщені навіть в обласних і місцевих бібліотеках.

В ході дослідження важливе значення мають не тільки бібліотеки, як складова ланка в інформаційно-бібліотечного забезпечення готельно-ресторанної сфери, а й ресурси, які вони можуть надати читачам. Одне з найважливіших місць серед наповнення сучасних бібліотек займають періодичні видання, як такі що містять постійно потрібну, актуальну інформацію. Такі видання можна поділити на ті, що є власне готельними або ресторанными і на ті, що займаються загальною тематикою і час від часу звертаються до тем готельно-ресторанної сфери. В Україні вони представлені журналом «РестораторЪ», «Best Restaurants Kyiv» та «Best Odessa», «Бахгалтер&Закон». Окрім періодичних видань важливу роль виконують і інтернет ресурси такі як «POS Sector», HotelConsulting.Agency, портал HoReCa, WaitronBot блог, PostEat Ukraine.

Метою статті є дослідженню ненаукових періодичних видань, блогів та інтернет порталів, як потенціальних джерел актуального інформаційно-бібліотечного забезпечення фахівців готельно-ресторанної справи.

Реалізація мети потребувала таких дослідницьких завдань:

- встановлення кола бібліотек, які надають інформацію для фахівців готельно-ресторанної справи;
- розкриття з позиції трактування поняття «інноваційна технологія»
- окреслення перспективних напрямів участі бібліотек в накопиченні, систематизації та створенні нових джерел інформації;

Методи і матеріали. Реалізації мети сприяло використанні методів індукційного та дедукційного аналізу українських періодичних видань та інтернет ресурсів.

Джерельну базу дослідження склали тематичні ресурси компанії «Ресторатор Україна», редакції «The Pink Guide», журналу «Гастрономічний космос», «Бахгалтер&Закон» та «Новое Время», «VogueUA», «Академия гостеприимства», «Ресторанные ведомости», блогу «POS Sector», порталу «HotelConsulting.Agency» та «HoReCa», компанії «WaitronBot».

Результати та їх обговорення. Журнал «РестораторЪ», який відноситься до першої категорії є одним з найвідоміших періодичних видань в Україні, в готельно-ресторанній сфері. Випуском цього видання забезпечує компанія «Ресторатор Україна», яка заснована в 2003 році і крім нього займається ще виданнями книги рецептів провідних українських шеф-кухарів «Гурман», організацією і проведенням кухарського конкурсу CulinArt, фестивалю рестораторів InRestFest, а також освітніми заходами у вигляді семінарів, вебінарів і майстеркласів. Журнал «РестораторЪ» поділяє свою інформацію на 6 категорій. Перша категорія це управління, вона розглядає такі питання як управління закладами HoReCa, інтерв'ю з лідерами ринку, бізнес-планування, робота з персоналом, система контролю якості та моніторинг попиту, оцінка інвестиційної привабливості, робота з меню та інші питання ресторанного менеджменту. Наступна категорія – кухня, тут розглянуті такі питання як оригінальні рецепти різноманітних страв, інтерв'ю з шеф-поварами, огляд обладнання для кухні, аналіз національних кухонь, спеції, соуси і приправи. Третя категорія це зал, а саме робота офіціантів, інтер'єр, текстиль, меблі, технології підвищення продажів в ресторані. Далі розглянуті питання роботи бару: кава, кавові машини, коктейлі, вина, сигарети, подача алкоголю і його поєднання зі стравами. Наступна категорія включає в себе всі питання що стосуються загального розвитку ресторанного закладу, а саме: практичні рекомендації і приклади успішних закладів, маркетинг і просування. Остання категорія має назву новини і в ній розглянуті новини ресторанного бізнесу, а також нові заклади. Журнал функціонує в двох форматах, як друковане видання так і у вигляді онлайн джерела інформації. Редакція The Pink Guide в Україні видає «Best

Restaurants Kyiv» та «Best Odessa», які описують найкращі ресторани міст мільйонників Києва та Одеси, не місять реклами і позиціонуються як повністю незалежні від зовнішнього впливу. Вони написані англійською мовою і містять карти, піктограми (графічні символи), фото, рекомендації автора, описи інтер'єру та декору.

З 12 квітня 2018 року в Україні з'явився новий журнал «Гастрономічний космос», засновниками якого виступають київський шеф Євген Мензелевський, який відомий по своїй роботі у ресторани Green Tangerine Hanoi в Ханой (В'єтнам) та київських ресторанах Tin Tin та Slurp, та є автором першої в Україні Culinary School Asia 1.0; київський політичний теоретик, засновник журналу Varout та ідейний натхненник одного з культових українських барів Максим Андрущенко; та співзасновник української видавничої цифрової платформи про гастрономічну індустрію PostEat Михайло Парапан. Метою даного видання зазначена популяризація української гастрономічної культури, її ефективна та ефектна інтеграція до світового простору гастрономії. Автори відносять журнал до фахово-нішового, який тематизує питання розвитку української та світової гастрономії. Журнал за задумом повинен об'єднати українську спільноту кухарів, власників та інвесторів ресторанів, ресторанных критиків та блогерів, читачів з метою формування адекватної гастрономічної культури, якої за твердженням авторів поки що Україні бракує. Він випускається двома мовами: українською та англійською, а частина інформації з випусків оприлюднена на платформі PostEat.

Розглянемо журнали з другої категорії, одним з таких є «Бахгалтер&Закон», який не відноситься до власне готельно-ресторанної сфери, але часто містить матеріали з даної тематики наприклад випуски журналу «Готельний бізнес: від А до Я», «Облік у туристичному бізнесі», а також загальнотематичні журнали з рекомендаціями, які можливо застосувати як в готельно-ресторанній сфері так і в будь-якій іншій. Видання позиціонує себе як електронне і таке, що призначене для бухгалтерів, містить аналітичні матеріали з практичними рекомендаціями експертів, гіперпосилання на нормативно-правові акти, має українськомовну і російськомовну версії.

Журналу «Новое Время» також відноситься до таких, що час від часу розміщує чималі обсяги інформації про готелі та ресторани. Видання охоплює дуже широку тематику, має потужний інтернет портал та займає провідні позиції в українському медіапросторі. Кожного року редакція випускає номер журналу під назвою «ТОП-100 найкращих ресторанів України» в якому оприлюднено найкращі заклади ресторанного господарства України та визначені їх найсильніші сторони. Особливістю цього рейтинг-огляду є те, що на відміну від рейтингів ресторанів популярного ресурсу Trip Advisor, редакція не опитує звичайних відвідувачів закладів, а оцінку дають саме фахівці- переважно ресторатори, гастроблогери і ресторанны критики. На початку даного проекту автори мали сумніви що до подальшого успіху, адже припускали, що список не змінюватиметься з року в рік, а вже у 2018 році в списку з'явилося одразу 44 нових заклади і відповідно така ж кількість його покинула. Ще однією особливістю даного рейтингу є те, що заклади всередині сотні не ранжуються, тобто не мають конкретного порядкового номеру, визнаються одними з найкращих серед інших.

Ще одним виданням, яке час від часу друкує інформацію про готельно-ресторанну сферу є «VogueUA», яке є всесвітньовідомим і розглядає безліч різноманітних тем. Інформація про ресторани знаходиться в однойменній тематиці, а ось інформацію про готелі можна знайти у розділі подорожі, новини стосуються як українських готелів та ресторанів так і світової практики готельно-ресторанної сфери.

Крім вище зазначених в Україні зустрічаються журнали спільного україно-російського видавця, а також власне російські. Журнал спільного видання має назву «Академія гостеприимства» і виходить один раз на два місяці, об'єм одного випуску становить від 128 до 160 сторінок. Основними перевагами цього видання є те, що: в ньому міститься не теоретична, а інформація з практики готельної та ресторанної сфери, яку готують експерти галузі; розписані різні ситуації та варіанти як діяти і їх наслідки; прослідковано реальну ситуацію на ринку готельно-ресторанних послуг і надана актуальна інформація на момент друку видання; розглянуті найновіші ноу-хау; міститься досвід успішних практик, який надає можливість ознайомитись з найкращими прикладами, секретами оптимізації робочих процесів, помилками і висновками, які з них зроблені. Також корисним є те що журнал містить поради з антикризового менеджменту, кадрової політики, способів збільшення завантаженості підприємств готельного спрямування, оптимізації контенту електронного ресурсу і модулів онлайн-бронювання, оптимізації оподаткування, використання ефективних інструментів роботи з SMM і відгуками гостей, організації співпраці з туристичними агентствами, організація конференц-сервісу і додаткових послуг і інші.

Власне російські журнали в Україні представлені виданнями «Современный ресторан» і «Ресторанные ведомости с вложением журнала "Restoranoff Market"». Перше видання містить інформацію про сучасні підходи та технології створення і функціонування ресторану, багато оригінальних, а також апробованих на практиці бізнес-ідей, рекомендації що до підбору приміщення, концептуальні варіанти закладу, дизайн і стиль, інформацію про сучасне обладнання, вибір постачальників, ціноутворення і цінову політику, облік, автоматизація, питання що стосуються забезпечення чистоти. Також видання розглядає питання формування лояльності клієнтів, правовий та маркетинговий аспекти, кадрову політику, а однією з основних рубрик є секрети успіху - інтерв'ю з власниками та керівниками знаменитих і успішних ресторанів. Журнал є постійним учасником і інформаційним спонсором різних виставок, семінарів і тренінгів, надає можливість ознайомитись з репортажами, ексклюзивними фотографіями і аналізом обладнання та технологічних рішень представлених на таких заходах, а також розміщує анонси виставок на новий рік, програми найцікавіших конференцій і семінарів для власників і керівного персоналу закладів ресторанного господарства.

Видання «Ресторанные ведомости с вложением журнала "Restoranoff Market"» позиціонується як кращий бізнес-журнал для професіоналів індустрії харчування та гостинності в Росії. Кожен номер має унікальний контент, який передбачає інтерв'ю з першими особами рес-

торанного ринку, ексклюзивні коментарі, поради експертів, практичні рекомендації рестораторам, майстер-класи від провідних шеф-кухарів, історії успіху закладів та видатних особистостей, які працюють в сфері ресторанного бізнесу, огляди продукції та нових технологій, і безліч іншої корисної інформації. Журнал розповсюджується крім Росії в 4 країнах СНД і ближнього закордону, а саме: серед тих, хто оформив підписку; по базам даних підприємств харчування, індустрії гостинності; в 52 містах Росії; на фірмових стійках інформаційної групи «Ресторанні відомості», встановлених в виставкових залах провідних компаній-постачальників (понад 100 залів); на всіх основних спеціалізованих виставках і конференціях Росії і СНД (більше 50 в рік). Останні займають 5% від загальної аудиторії читачів журналу (які оформлюють підписку і купують видання) та до них входить і Україна.

Окрім традиційних шляхів забезпечення інформацією важливою складовою системи комунікаційних каналів є використання інноваційних технологій. Інновація це діяльність спрямована на вдосконалення або створення принципово нових (відмінних від тих що існують) виробів, технологічних рішень, певне нововведення, яке досі не використовувалось. Технологія це сукупність знань, яка містить послідовність окремих виробничих операцій у процесі виробництва чого-небудь [1]. Таким чином інноваційні технології це абсолютно нова сукупність знань, технологічних рішень, новітні вироби, які покликані зробити процес виробництва будь-чого зрозумілішим та простішим. Окремо слід визначити поняття бібліотечних інновацій, як предметної області дослідження. Бібліотечна інновація – це оригінальна або нестандартна ідея (методика, проект), що не є традиційною і не схожа на будь-яку з існуючих або має значні відмінності (вдосконалена) та передбачає нові підходи до загальної організації бібліотечного обслуговування, технології менеджменту заклад. Зазвичай така ідея спочатку може викликати непорозуміння з боку суспільства, але коли вона впроваджується і в період реалізації виправдовує очікування новатора, вона перестає бути ідеєю і стає інновацією [3, с. 3].

Задоволення інформаційних потреб готельно-ресторанної сфери в Україні представлені загальнобібліотечними інноваціями і передбачають використання нових технологічних рішень, технологій пов'язаних з розвитком всесвітньої мережі Інтернет, а також різних сучасних технічних пристроїв. Однією з таких інновацій являється соціальне партнерство.

О. Воскобойнікова-Гузова визначає соціальне партнерство як особливий вид суспільних відносин, який керується принципами узгодженості й захисту інтересів різних соціальних груп, усвідомлення взаємозалежності, взаємодії, а також взаємної відповідальності. Вона зазначає, що метою такого партнерства в бібліотечній справі є забезпечення конкретних потреб суспільства [2, с. 3].

Зкладам бібліотечного спрямування важливо чітко усвідомити в якому столітті вони функціонують і з'ясувати основні потреби суспільства, які реалізуються за допомогою інноваційних технологій, а також активного використання всесвітньої мережі Інтернет. Час для людей перестає бути ресурсом, який можна легко витрати

чати і його використання стає спланованим і передбачуваним, важливо створювати такі умови за яких при мінімальних затратах часу є можливість отримати максимум користі, окремо навіть існує сукупність методик оптимальної організації часу, так званий тайм-менеджмент. В цьому контексті важливо звернути увагу на такий популярний варіант спілкування як блогінг, який можливо розвивати не тільки на базі бібліотеки, але й використовуючи соціальні мережі і популярні мультимедійні платформи.

В Україні існує велика кількість потужних блогів, котрі займаються готельно-ресторанною сферою і мають широке коло користувачів, що дає змогу розвивати портали і перетворювати їх з простого захоплення власника в якісне джерело інформації та розвинутий аналітичний центр. Одним з прикладів поєднання блогу з іншою діяльністю є блог розробника систем і обладнання для автоматизації ресторанів «POS Sector», який паралельно з розвитком власної бізнес-інновації досліджує сектор діяльності в котрому задіяний, свої дослідження та власні міркування висвітлює на просторах глобальної мережі. Для прикладу, огляд тематик блогу: «Як поводитись з відвідувачем-грубіяном: 7 порад офіціантам», «Актуальні тенденції в ресторанному дизайні інтер'єрів», ««Не проходить повз» або 8 способів заманити перехожих у свій ресторан», «Розкрутка ресторану як локації для весіль і банкетів», «Готовий ресторанний бізнес: чи варто купувати діючий заклад?», «Секрети створення меню, що продається», «Співбесіда в ресторані: 10 нестандартних питань здобувачеві», «Як підвищити середній чек в ресторані і не бути нав'язливим: поради офіціантам», «Що постити на Facebook, щоб залучити до ресторану реальних відвідувачів», «Поради бармену: 10 способів збільшити виручку в барі» і тому подібне. Як можна побачити, займаючись зовсім іншим аспектом ресторанної сфери, компанія змогла створити якісний контент, який на пряму не відноситься до предмету товарів і послуг, які вони виробляють, але дає можливість зрозуміти певні механізми функціонування сфери з точок зору різних осіб.

Організація HotelConsulting.Agency котра займається управлінням готелями, готельним консалтингом, управлінням продажами, обслуговуванням та технічною експлуатацією, навчанням та підвищенням кваліфікації, бухгалтерським і юридичним супроводом, а також проведенням масових заходів та бронюванням номерів також має свій блог і успішно його розвиває. Деякі з тем котрі вони розглядають: «Розробка стандартів обслуговування», «Маркетингова психологія готельного бізнесу», «Вплив кількості відгуків на загальну оцінку готелю», «Обираємо готель...в залежності від швидкості wifi у ньому», «Тестування закладів харчування за німецьким зразком», «Крок за кроком Google виходить на ринок готельних посередників», «Нові тенденції в зірковості готелів», «В'язниці, що стали кращими готелями», «Репутаційний менеджмент», «Що подати на континентальний сніданок», «Соліна: «Море» у Карпатах» і так далі. Тобто компанія, яка займається загалом управлінською діяльністю, відслідковує і загальну картину в готельній сфері, і розвиток середовища в якому вона функціонує в цілому.

Портал HoReCa (<https://horeca-ukraine.com/>) це сайт котрий поєднує інформацію про готелі і ресторани, він

висвітлює короткий опис закладів, а також сучасні новини та огляди в готельно-ресторанній сфері. Для прикладу приведена тематика деяких зі статей: «Фестиваль глінтвейну і вина», «Вдова Кліко: імперія вин», ««RestoConf» в Одесі, наймасштабніша конференція з ресторанного бізнесу», «Найдорожчі стейки в світі - ексклюзивно для цінителів», «Кускус - це макарони, рожевий перець - це не перець і ще 98 фактів про їжу від шеф-кухаря Івана Шишкіна», «PASTRY SCHOOL від кондитерської школи "Le Cordon Bleu"», «Результати Michelin по містам Європи 2018», «Продовольчі і гастрономічні тенденції: від ферми до столу 2019 році», «WorldFood Ukraine 2018 – головна подія для виробників і дистрибуторів продуктів харчування», «Aloft Kiev задає новий ритм готельної індустрії України» і тому подібне. Як видно інформація проаналізована блогом дуже різноманітна та представлена великою кількістю різних напрямів котрі існують в готельно-ресторанній сфері.

Компанія WaitronBot, що займається розробкою та забезпеченням малих та середніх підприємств ресторанного спрямування чатбот-сервісами для прийому замовлення онлайн, в 2018 році створила WaitronBot блог. Тематика блогу спрямована на ресторанний сектор і включає такі теми як: «Штучний інтелект в ресторанному бізнесі», «Мобільний додаток для ресторану: чи варто інвестувати?», «Система прийому замовлень: що це та як це може Вам допомогти?», «4 способи підвищити моральний дух персоналу», «Засоби автоматизації Вашого ресторану», «5 порад для успішного маркетингу в ресторані», «4 причини використовувати чатбот-системи в Вашому ресторані», «Як знизити плинність кадрів в ресторані», «Як просувати свій ресторан в соцмережах: 7 порад по просуванню в Facebook», «Як привабити нових клієнтів в Ваш ресторан?». Розглянуті теми дають зрозуміти, що компанія по більшій мірі висвітлює питання котрі на пряму або опосередковано відносяться до безпосередньої професійної діяльності, тому даний блог можна віднести до більш вузькоспеціалізованих на відміну від попередніх.

Існують також і гібридні ресурси, які окрім подання власної інформації закликають користувачів до співпраці та участі у створенні якісного контенту. Таким ресурсом в Україні є PostEat Ukraine. Вони позиціонують себе як профільний засіб масової інформації, що надає інформацію про сучасний стан гастрономічної індустрії, а також ресторанної сфери України та світу. Інформація включає в себе останні новини ресторанної галузі, розвитку сегменту HoReCa загалом, а також дані про лідерів ринку і проекти, які пов'язані з розвитком харчової промисловості України. На PostEat розміщені розділи з оглядами трендових подій і тематик, інформація про бари, відгуки про різні заклади, гастрономічні, каталог закладів, рецепти страв і фоторепортажі з цікавих подій.

Висновки. Більшість видань у сфері готельно-ресторанних послуг в Україні створені фахівцями та організаціями, які управляють готелями та ресторанами, а також розробляють супутні продукти для автоматизації та полегшення виробничих процесів. Інколи інформація з даної тематики з'являється в нефахових ресурсах і може бути непоміченою. Загалом таких джерел інформації в Україні нараховується не надто багато, тому важливо розвивати цей напрям і створювати нові, для чого можна долучити і бібліотеки на умовах соціального партнерства. Також важливим питанням залишається правильне структурування та накопичення інформації, особливо за умов якісного розподілення часу фахівцем. Багато інформаційних ресурсів України в готельно-ресторанній сфері орієнтовані лише на фахівців готельної або ресторанної справи. Винятком є портал HoReCa, який поєднує інформацію про готелі та ресторани.

Важливо усвідомлювати, що є такі бази інформаційних джерел як приведені вище і при правильному їх поданні та популяризації вони можуть бути дуже корисними. Готельно-ресторанна сфера в Україні позбавлена подібної інформації про такі ресурси з якісним їх аналізом, тому важливим завданням є надавати потрібну інформацію фахівцям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Академічний тлумачний словник української мови, URL:<http://sum.in.ua/s/tekhnologhija>
2. Воскобойнікова-Гузєва О. Соціальне партнерство як чинник розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України // Бібліотечний вісник, 2014. № 4, С. 3-7, URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2014_4_3.
3. Козачок Л. М., Жовтко Г. Й. Інноваційні послуги публічних бібліотек: методичні поради // Тернопільський обласний університет наукова бібліотека, науково-методичний відділ, 2012. С. 1-22., URL: http://library.te.ua/wp-content/uploads/2016/02/2012_12_innovation.pdf

REFERENCES

1. Academic explanatory dictionary of the Ukrainian language from <http://sum.in.ua/s/tekhnologhija> [in Ukrainian]
2. Voskoboinikova-Huzieva O. Social partnership as a factor in the development of the library and information sphere of Ukraine // *Bibliotechnyi visnyk*, 2014. № 4, P. 3-7 from http://nbuv.gov.ua/UJRN/bv_2014_4_3. [in Ukrainian]
3. Kozachok L. M., Zhovtko H. Y. Innovative services of public libraries: methodical advice // *Ternopilskyi oblasnyi universytet naukova bibliotekaka, naukovо-metodychnyi viddil*, 2012. P. 1-22. from http://library.te.ua/wp-content/uploads/2016/02/2012_12_innovation.pdf [in Ukrainian]

Periodicals, blogs and Internet portals in the hotel and restaurant business as a source of library and information support V. Antonovych

The article is devoted to the study of periodicals, blogs and Internet portals as potential sources of relevant information and library support for hotel and restaurant professionals in Ukraine. The methodology consists in the use of induction and deduction methods of analysis of Ukrainian periodicals and Internet resources. Most publications in the field of hotel and restaurant services in Ukraine are created by specialists and organizations that manage hotels and restaurants, as well as develop related products for automation and half of production processes. Sometimes information on this topic appears in non-professional resources and may go unnoticed.

Keywords: information support, hotel and restaurant business, blog, portal, social partnership, library.

Роль публічних бібліотек у ліквідації цифрової безграмотності

А. М. Плахтій

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: bonheur_1317@ukr.net

Paper received 12.12.20; Accepted for publication 23.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-09>

Анотація. У даному дослідженні проаналізовано сучасний стан цифрової грамотності України, розглянуто діяльність публічних бібліотек у сфері формування цифрової грамотності користувачів, наведено приклад спільного проєкту між Міністерством цифрової трансформації України та Українською бібліотечною асоціацією, який користується попитом у населення.

Ключові слова: цифрова грамотність, публічна бібліотека, проєкт «Дія. Цифрова освіта».

Вступ. Одним з головних пріоритетів України є прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, в якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному і особистому розвитку та підвищуючи якість життя. Для створення нових, зручніших методів доступу до інформації та послуг дедалі частіше застосовуються ІКТ [4]. Серед множини сучасних ІКТ, що визначають цей процес, особливе місце посідає технологія «електронного урядування».

В українському політичному полі ідея розбудови системи електронного урядування існує тривалий час, проте найчастіше вона розглядається лише в контексті її аналізу як одна з компонент успішності інтеграції в Європейське співтовариство. Поруч із певними досягненнями у вирішенні означеного питання існує і багато труднощів, пов'язаних з культурними, економічними, географічними та іншими особливостями українського соціуму. І однією з найбільш актуальних у цьому контексті є проблема цифрової нерівності українського суспільства. Цифрова або інформаційна нерівність (від англ. digital divide) означає обмеження можливостей соціальної групи або країни через відсутність у неї доступу до сучасних засобів комунікації.

За даними опитування, проведеного компанією MLS, 53 відсотки українців віком від 18 до 70 років мають цифрові навички на середньому рівні, 38 відсотків – на нижчому від середнього рівні, 15 відсотків зовсім не мають цифрових навичок. При цьому 48 відсотків українців вказали, що мають потребу здобути цифрову грамотність та вдосконалити свої цифрові навички [7].

Дисбаланс в освоєнні цифрового простору всередині України пояснюється, в основному, проблемами, пов'язаними з незадовільним матеріальним становищем, а також загальними проблемами телекомунікаційної інфраструктури в окремих населених пунктах країни. Люди з низькими статками не можуть повноцінно інтегруватися в сучасний цифровий простір або мають ризик виключення з нього – йдеться або про відсутність технологій, або про їх якість та можливості вчасного оновлення. Крім того, існує й така проблема, як небажання або невміння користуватися новими інформаційними й комунікаційними технологіями, що вимагають від споживача нових якостей – високого

рівня абстрактного мислення, швидкості реакції, готовності до безперервної освіти.

Без подолання «інформаційної нерівності» неможливий ані процес глобалізації, ані ефективний розвиток інформаційного суспільства, ані запровадження електронних урядів. Саме тому держава повинна прикласти максимум зусиль для вирішення цієї проблеми.

Одним із можливих шляхів вирішення питання цифрової нерівності може стати створення універсальної служби, яка б забезпечувала можливість доступу усіх без винятку громадян до інформаційних мереж. Для кожного громадянина будь-якої розвинутої країни такий доступ у принципі забезпечений; звичайно, при умові, що він має у своєму розпорядженні кошти на придбання персонального комп'ютера і модема. Однак створення системи, що забезпечує масове дешеве підключення до комп'ютерних мереж, як цього вимагає американська асоціація Computer Professionals for Social Responsibility, поки лишається справою майбутнього.

В якості універсальних служб можуть виступити бібліотечні заклади, скориставшись своїми перевагами: безкоштовністю, загальнодоступністю, професійними навичками бібліотекарів у пошуку інформації. Більшість бібліотечних установ на сьогоднішній день мають сучасні комп'ютерні інформаційні центри з доступом до мережі Інтернет, де проходять тренінги і курси по вивченню основ ПК, що слугує потужним кроком на шляху подолання проблеми цифрової нерівності – як заваді розвитку е-урядуванню.

Короткий огляд публікацій по темі. Вагомим внеском у вивчення означеної проблематики є дослідження Лесюк О. В. [2], Н. В. Щусь, Т. М. Яворська [6], О. С. Онищенко [3], О. М. Слепова [5]. Водночас ступінь розробленості проблематики залишається все ще недостатнім. Досі бракує досліджень, у яких би комплексно аналізувалась інформація про необхідність залучення публічних бібліотек до ліквідації цифрової безграмотності.

Мета статті – визначити роль публічних бібліотек в процесі освоєння населенням цифрових ресурсів і зниження рівня цифрової нерівності.

Матеріали та методи. Методологічною базою став комплексний підхід до розроблюваної теми, що ґрунтується на загальнонаукових вимірах, базовими з яких було визначено соціально-комунікаційний, системний, структурно-функціональний та інституціональний. Вони дали змогу визначити місце й роль публічних бібліотек в процесі освоєння населенням цифрових

ресурсів і зниження рівня цифрової нерівності.

Результати та їх обговорення. Бібліотеки можуть сприяти соціальному включенню – запроваджувати нові та розширювати традиційні види і форми бібліотечного обслуговування, навчати громадян новим інформаційним технологіям. У цьому контексті є сенс звернутися до досвіду публічних бібліотек Австралії, діяльність яких найчастіше асоціюється з поняттям «інформаційна грамотність». Це цілком логічно, адже на відміну від закладів освіти, де школярів та студентів навчають основ кіномистецтва, журналістики, корпоративної реклами, бібліотеки здебільшого займаються різними питаннями комп'ютерної грамотності, використанням інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), впровадження електронних послуг для громадян. Навчальні програми та проекти бібліотек Австралії здебільшого розраховані на тих громадян, які мають незначні навички користування ІКТ та обмежені можливості доступу до них. Це можуть бути люди поважного віку, неангломовні австралійці, аборигени, мігранти, безробітні, малозабезпечені громадяни, жителі віддалених районів.

Понад дві третини публічних бібліотек пропонують Інтернет-тренінги. Вони варіюються від навчання основам роботи в Інтернеті до здобуття передових дослідницьких навичок. Серед них є як групові, так й індивідуальні заняття. З 2017 року діє нова урядова програма «Будьте підключені» (Be Connected), яка спрямована на підвищення цифрової грамотності людей поважного віку. У рамках цієї урядової ініціативи публічна бібліотека Аліс-Спрінгс пропонує тижневу програму «Підключіться до технологій» (Connect to Tech) для дорослих, які хочуть вдосконалити свої інформаційно-комп'ютерні навички. Під час навчання розглядаються такі теми: комп'ютер для початківці, використання Інтернету, використання електронної пошти, iPad та iPhone для початківців, безпечний Інтернет, перегляд та прослуховування в Інтернеті, використання Facebook та інших мереж.

Міські бібліотеки Логан Сіті завдяки програмі «The Tech Savvy Seniors Queensland program» проводять цікаві заняття по роботі з сучасними технологіями для людей поважного віку. Програма фокусується на тренінгах з питань кібербезпеки, соціальних медіа, використанні електронних планшетів та смартфонів, електронної пошти та Інтернет. Учасники не лише навчаються впевнено використовувати цифрові технології для соціалізації, але й отримують доступ до державних послуг для потреб особистого бізнесу.

Регіональна бібліотека Ярра Пленті (Yarra Plenty Regional Library), яка обслуговує близько 400 000 людей у трьох муніципалітетах на північному сході Мельбурна, також має програму інформаційної грамотності. Збільшення попиту на тренінги серед старшого покоління зумовлене бажанням використовувати свій iPad чи iPhone не лише для дзвінків. Як приклад, можна назвати програму підключення для людей поважного віку (the Seniors Connect program). Основна мета якої – навчити літніх людей роботі з iPad. Здобувши базові навички в галузі технологій, користувачі зможуть отримувати доступ до державних служб, а також спілкуватися з друзями та родиною онлайн.

Створенням комп'ютерних кімнат для аборигенів у

віддалених районах Австралії уже більше 9 років займається бібліотека Північної території (Northern Territory Library) у співпраці з Центральною австралійською молодіжною службою зв'язку (the Central Australian Youth Link-Up Service) [6].

Аналізуючи досвід бібліотек Австралії у сфері формування інформаційної грамотності, варто зазначити, що і в Україні є певні напрацювання у цьому напрямку. Зокрема, 21 січня 2020 року за ініціативи Міністерства цифрової трансформації України стартував проєкт «Дія. Цифрова освіта». З його допомогою в Україні за три роки планують навчити шість мільйонів людей користуватися сучасними гаджетами. На думку урядовців, це має підняти конкурентоспроможність українців на ринку праці та підвищити економічний рівень України.

Першими офлайн-хабами проєкту «Дія» стали бібліотеки. Для цього між Міністерством та Українською бібліотечною асоціацією був підписано Меморандум про співпрацю. Його основні положення: направляти необхідні ресурси на створення осередків формування цифрової грамотності на базі публічних бібліотек у всіх регіонах України; вдосконалювати комунікацію між представниками органів місцевого самоврядування, фірм-провайдерів і керівників публічних бібліотек на місцях для створення техніко-технологічних та фінансових умов щодо підключення публічних бібліотек до інтернет-мережі; докладати зусиль щодо впровадження програми державних субвенцій і захищених статей Державного бюджету України на 2021 рік для відповідного технічного оснащення і підключення публічних бібліотек до Інтернету, стимулювати розвиток широкосмугового доступу до Інтернету в цих закладах; стимулювати залучення представників бізнесу до допомоги публічним бібліотекам щодо технічного оснащення і підключення до Інтернету і розвивати взаємні програми партнерства; сприяти інформуванню територіальних громад про переваги використання онлайн-сервісу «Бібліотека для тебе – Library for you»; сприяти залученню відповідних фахівців і консультантів до проведення на базі публічних бібліотек занять з відповідними верствами населення з розвитку цифрової грамотності і формування цифрових навичок.

До урядового проєкту уже встигли долучитися бібліотеки по всій Україні.

Так, з 2020 р. бібліотека Сумського державного університету стала офіційним хабом Національного проєкту Освітня онлайн платформа Дія.Цифрова освіта. Платформа пропонує онлайн-курси, що проходять в форматі освітніх серіалів. Вони складаються з 7–11 серій, тривалістю до 10 хвилин. Замість рівнів – сезони, а замість уроків – освітні серії за участю експертів. В процесі спілкування вони допомагають засвоїти знання та навички орієнтування в цифровому просторі. На платформі вже понад 20 освітніх серіалів для різних вікових категорій. Згодом на платформі з'являться проєксивні курси для різних спеціалізацій, lifestyle-курси та курси нових цифрових професій. Усі охочі можуть проходити навчання на платформі в читальних залах бібліотеки СумДУ.

На Дніпропетровщині однією з перших до проєкту приєдналась обласна бібліотека для молоді ім. М. Светлова. Там вже пройшли навчання студенти Дніпров-

ського педагогічного коледжу. Молоді люди навіть стали волонтерами, які тепер можуть розповідати про цифрову грамотність іншим.

До участі у проєкті «Дія. Цифрова освіта» активно долучилася і Тернопільська обласна наукова бібліотека. З лютого місяця в рамках цього проєкту бібліотека надає всім охочим доступ та консультації щодо безкоштовного навчання на національній онлайн-платформі з цифрової грамотності «Дія. Цифрова освіта». Серед учасників занять – користувачі бібліотеки: зокрема підопічні Тернопільського міського територіального центру соціального обслуговування населення, бібліотекарі та освітяни. Наразі сформовано 2 групи по 10 осіб, заняття відбуваються двічі на тиждень. Проводяться також додаткові індивідуальні заняття.

До популяризації цифрової грамотності активно долучається і Централізована бібліотечна система для дітей м. Запоріжжя. Вже маючи великий досвід щодо навчання своїх користувачів роботі з комп'ютерами та мережею Інтернет, система дитячих бібліотек м. Запоріжжя одна з перших підтримала проєкт «Дія. Цифрова освіта», аби маленькі українці та їх батьки опанували цифрову грамотність! Працівники бібліотек для дітей активно навчаються застосовувати онлайн-інструменти, щоб знайомство дітей з літературою було більш захопливим і ефективним.

Не відстають від своїх колег і бібліотеки Добропілля. Від початку року в бібліотеках Добропільської ЦБС зареєстровано 78 звернень до Платформи цифрової грамотності. Відвідувачі інтернет-центрів після перегляду освітніх серіалів на практиці закріплюють пройдений матеріал.

Важливими завданнями бібліотек в напрямку цифрової просвіти населення є: популяризація і підтримка навчання впродовж життя для підвищення рівня цифрової грамотності; підвищення рівня медійної грамотності та критичного мислення; формування довіри до технологій через розвиток навичок кібербезпеки та онлайн-безпеки.

На період карантину практичні заняття з комп'ютерної грамотності та онлайн-безпеки для користувачів бібліотеки припинились, але бібліотекарі не залишають на самоті своїх старанних учнів. У разі виникнення питань користувачі можуть обрати найбільш зручний канал комунікації (електронна пошта, сторінки бібліотек у Facebook чи Instagram, повідомлення чи коментарі на сайтах і блогах бібліотек) і отримати консультації та допомогу.

У зв'язку з цим відбувається переосмислення значення бібліотечних установ: їх функції розширюються від традиційних книгозбірень до активних суб'єктів інформаційного процесу. Проте процеси трансформації та подальшого інтенсивного розвитку бібліотечної справи України в умовах бурхливого розвитку інформаційних технологій суттєво гальмує низка проблем.

З-поміж них чи не найважливішою є недостатнє фінансування діяльності бібліотек. Багато бібліотек на даний час існують практично у не змінному стані, так, як це було і двадцять, і тридцять років тому. В той же

час технічний прогрес не стоїть на місці. Більше того, через неналежне фінансування не оновлюється матеріально-технічна база. Стан приміщень бібліотек не пристосований для якісного та професійного обслуговування користувачів, у половини сільських бібліотек відсутнє опалення, тому там просто неможливо встановити комп'ютерну техніку. Так, проблема дотримання прав громадян України на комфортне бібліотечне обслуговування залишається на часі: 26% приміщень бібліотек не опалюються, 2% – без освітлення. Є області, в яких відсоток приміщень без опалення сягає майже 50% (Житомирська та Чернігівська), без освітлення – 8% (Луганська). Лише 20% приміщень бібліотек мають пандуси, підйомники і пристосовані для обслуговування людей з особливими потребами.

В Україні лише 35% публічних бібліотек мають комп'ютери (5 521 бібліотека). Але є області, в яких відсоток комп'ютеризованих бібліотек у 2 рази менший, ніж середній по країні. Це Чернігівська, Тернопільська та Львівська області (по 17%). Перевищено середньостатистичний показник у таких областях як: Дніпропетровська та Миколаївська (по 53%); Донецька та Херсонська (по 46%). А також у Києві (96%). Майже 25% (3 196) сільських бібліотек України мають комп'ютери. Є також області, в яких відсоток комп'ютеризованих сільських бібліотек в 3 (Львівська) та 4 (Чернігівська) рази менший, ніж середній по країні. Значно перевищено середньостатистичний показник у Миколаївській (42%) та Вінницькій (40%) областях. Загалом, комп'ютерний парк публічних бібліотек налічував 19 661 од., з яких 16 781 (85%) підключено до мережі Інтернет. 28% публічних бібліотек (4 394) надають своїм користувачам доступ до мережі Інтернет. При цьому лише 2 219 (17%) сільських бібліотек мають доступ до Інтернету. Найгірша ситуація склалася в Чернігівській (4%), Львівській (6%) та Житомирській (7%) областях. 17% (2 761 публічна бібліотека) надають доступ до Інтернет засобами wi-fi [1]. Оновлення матеріально-технічної бази та технологічного оснащення бібліотек має відбуватися з метою покращення інформаційно-технологічної інфраструктури мережі публічних бібліотек. Таке оновлення сприятиме наданню якісних інформаційних послуг користувачам бібліотек, запровадження новітніх бібліотечних сервісів, суттєво полегшить дискантний доступ користувачів до релевантної інформації.

Висновки. Дослідивши діяльність публічних бібліотек України у напрямку формування цифрової грамотності, можна зробити такі висновки: наразі можна говорити про великі можливості бібліотек в подальшому розвитку цифрової освіти та науки в Україні, сприянні та активній участі у поширенні цифровізації в українському суспільстві. Це засвідчує наявність спільних проєктів бібліотек із загальнодержавними установами медіосвіти і активна позиція бібліотечних асоціацій щодо даної сфери діяльності. Це дасть їм додатково великі шанси і для самозбереження, і для послідовного входження в нову цивілізаційну атмосферу як повноцінного суб'єкта культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бояринова О. Діяльність публічних бібліотек України: статистика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/diyalnist-publichnyh-bibliotek-ukrayiny-statystyka>.
2. О. Лесюк. Роль бібліотеки у процесі цифровізації освіти та формуванні цифрових компетенцій користувачів. University Library at a New Stage of Social Communications Development : V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 8–9 жовт. 2020 р.). Дніпро, 2020.
3. Онищенко О. Бібліотеки в цифровому середовищі: курс на індивідуальний інтегрований сервіс // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. 2019. Вип. 53. С. 9–18.
4. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 рр. : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.
5. Слепова О. Роль публічних бібліотек в преодолении информационно-цифрового неравенства населения. Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе : материалы VI Всероссийской науч.-практ. конф. (Пермь, 3-4 дкабр. 2019 г.). Пермь, 2019. С. 81–93.
6. Щусь Н., Яворська Т. Формування медіа- та інформаційної грамотності у публічних бібліотеках Австралії та Фінляндії // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2019. № 4. С. 38–46.
7. Як в Україні ліквідують масову цифрову безграмотність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://libsumy.com/>.

REFERENCES

1. Boyarinova O. Activity of public libraries of Ukraine: statistics [Electronic resource]. – Access mode: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/diyalnist-publichnyh-bibliotek-ukrayiny-statystyka>.
2. Lesiuk O. The role of the library in the process of digitalization of education and the formation of digital competencies of users. University Library at a New Stage of Social Communications Development : V International scientific-practical conf. (Dnipro, October 8–9, 2020). Dnipro, 2020.
3. Onyshchenko O. Libraries in Digital Environment: Course on Individual Integrated Service // Scientific works of the V. I. Vernadsky National Library of Ukraine. 2019. Vol. 53. pp. 9–18.
4. About the basic principles of development of information society in Ukraine for 2007 – 2015 : Law of Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/537-16>.
5. Slepova O. Role of public libraries in overcoming the problem of the digital divide in modern society. Actual problems of human potential development in modern society: materials of the VI All-Russian scientific-practical. conf. (Perm, 3–4 December 2019). Perm, 2019. pp. 81–93
6. Schus N., Yavorska T. Formation of media and information literacy in public libraries of Australia and Finland // Library Science. Documentation. Informology. 2019. № 4. pp. 38–46.
7. How mass digital illiteracy is being eliminated in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: <https://libsumy.com/>.

The role of public libraries in eliminating digital illiteracy

A. Plahtiy

Abstract. This paper presents the research of the state of digital literacy in Ukraine, considers the activities of public libraries in the sphere of digital literacy, and provides example of a joint project between the Ministry of Digital Transformation of Ukraine and the Ukrainian Library Association, which is in demand among the population.

Keywords: digital literacy, public library, project «Action. Digital education».

Емпіричні методи виявлення стереотипів аудиторії ЗМІ

Ю. С. Прядко

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: yuliyasriad@gmail.com

Paper received 03.11.20; Accepted for publication 12.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-10>

Анотація. У статті, що стала результатом аналізу емпіричного наукового досвіду соціальних психологів, психологів та соціологів ХХ століття – переважно американських, представлено список методів, методик, технік та стратегій, які можуть бути застосовані дослідниками соціальних комунікацій, соціології, психології та інших суспільних наук у процесі виявлення та опису ними соціальних стереотипів аудиторії щодо представників власної та інших соціальних груп. Зокрема, подано поетапний опис процедури проведення соціологічних опитувань із застосуванням методів незавершених речень та «переліку рис», тесту «двадцяти тверджень», а також опитувань, в яких застосовуються психометричні шкали.

Ключові слова: *стереотип, «перелік рис», шкала соціальної дистанції, семантичний диференціал, множинна ідентифікація.*

Вступ. Жінка – берегиня, чоловік – здобувач, пенсіонери – мають відпочивати, а не працювати, мусульмани – агресивні фанатики, роми – крадії, чиновники – корупціонери, геї – немужні, і цей список можна продовжувати нескінченно. Усі, подані у попередньому реченні твердження, – є вербальною формою вираження поширених в українському суспільстві різних груп соціальних стереотипів: гендерних, вікових, релігійних, етнічних, професійних, сексуальних тощо, про що можуть свідчити результати низки соціологічних опитувань останніх років[2; 3; 6; 7].

При цьому одним із джерел походження цього явища, поряд із вихованням у родині, спілкуванням з друзями та іншими видами особистісних соціальних зв'язків, виступають і засоби масової інформації, середовище існування яких «надає умови для функціонування усіх видів стереотипів та здійснення дій щодо їхньої трансформації»[1, с. 9]. Медіа у цьому випадку можуть виступати не тільки випадковими ретрансляторами друкованої, аудіо- та відеопродукції, що містить стереотипогенерувальний потенціал, а й свідомими продукаторами нових стереотипів, які виникають посередництвом застосування різноманітних комунікаційних технологій. Тож завдання дослідників соціальних комунікацій у даній площині зводяться до кількох напрямів: по-перше, з точки зору теорії – з'ясування причин і умов походження цього соціального феномену, визначення його дефініцій, окреслення функції, поділ на класифікації – і це все у контексті впливу ЗМІ на процес стереотипізації соціуму. Зазначимо при цьому, що до сьогодення цей напрям досліджень в Україні і закордоном розвивався досить активно, відтак коло перспективних подальших теоретичних наукових розвідок і розробок досить звузилося. Зовсім інша ситуація склалася з дослідженнями емпіричними: їх проведення – це завдання друге науковців. Оскільки до цього часу ані галузь соціальних комунікацій, ані соціологія чи психологія не дали науці даних, за якими можна було б скласти повну і точну картину стереотипних уявлень українців щодо різних соціальних груп. Зробити це можливо використовуючи, зокрема, такий емпіричний метод, як опитування: у вигляді анкетування чи інтерв'ювання. Адже саме цей метод, завдяки безпосередньому контакту з респондентом, дає змогу виявити його ціннісні орієнтації, установки та переконання –

як свідомі, так і неусвідомлені. Але тут постає наступна проблема методологічного характеру: якщо із самим методом усе зрозуміло – це має бути опитування, то як же його проводити? За яким принципом складати анкету, які там мають бути питання і – наостанок – як обробляти отримані соціологічні дані? Відповіді на ці запитання найдоцільніше шукати у царині соціальної психології.

Огляд публікацій з теми. Усебічне дослідження стереотипів входить у коло наукових інтересів дослідників кількох наук. Примітно при цьому, що значна частина сучасних вітчизняних наукових робіт на цю тему виконуються з метою розширення площини теоретичних основ функціонування цього феномена. Так, у психології різні аспекти існування соціальних стереотипів, зокрема, їхній зміст, процеси утворення, поширення і трансформації вивчають В. Горбунова, О. Блинова, О. Самкова, П. Гнатенко, А. Львовичкіна, М. Махній, І. Головнава, І. Петрус; у соціології – О. Химович, О. Вілкова, С. Харченко, Л. Харченко, Ю. Белікова, у політології – О. Шерман, А. Худолій, І. Демішева, В. Петренко, О. Куцова, І. Патлах; у площині соціально-комунікаційних досліджень розвідки на цю тему здійснюють М. Бутиріна, Л. Хавкіна, В. Владимиров, Т. Семашко, Ю. Гаркавенко.

Емпіричні дослідження соціальних стереотипів, зокрема, етнічних, професійних, гендерних та вікових, хоч і представлені у вітчизняному науковому дискурсі, проте вони: а) або методологічно організовані за алгоритмом аналогічних чи тематично подібних досліджень закордонних науковців; б) або є похідними від цих досліджень, де методологія містить певні авторські нововведення. Приміром, О. Квас при оцінюванні впливу етнічних стереотипів на процес міжособистісного оцінювання використовує, зокрема, метод семантичного диференціалу Ч. Осгуда і тест «Двадцяти тверджень» М. Куна і Т. МакПартленда; ці ж методи, а також методику психосемантичного аналізу «множинної ідентифікації» В. Петренка і модифіковану шкалу соціальної прийнятності Е. С. Богардуса, застосовувала О. Аймаганбетова, досліджуючи структури міжетнічних відносин; О. Гаврилів для виявлення національних стереотипів з позиції соціолінгвістики адаптувала авторське опитування за методом «переліку рис»; метод семантичного диференціалу має місце у вивченні Л. Пампухою гендерних сте-

реотипів в структурі рольового конфлікту жінки-керівника; а Л. Долгих, з'ясовуючи, як статево-рольові стереотипи впливають на кар'єрні домагання молоді, розробила авторську модифікацію методики незавершених речень.

Мета статті: дистилювати із комплексу емпіричних наукових досліджень ХХ століття у царині соціальної психології та соціології методи, методики, техніки та стратегії виявлення в аудиторії її установок, ціннісних та поведінкових орієнтацій, описати ці методи та адаптувати до дослідження соціальних стереотипів у галузі соціальних комунікацій.

Матеріали і методи: у роботі застосовувалися загальнонаукові методи. Зокрема, *аналіз документальних даних*, представлених сукупністю текстів наукових робіт авторства соціальних психологів, було застосовано задля виявлення у них оригінальних підходів до розв'язання методологічних проблем у вивченні соціальних стереотипів. *Опис* як емпіричний метод дав змогу зафіксувати результати цього аналізу у вигляді тексту даної наукової статті з подальшою інтерпретацією у ній алгоритмів та результатів соціально-психологічних емпіричних досліджень; та інтеграцією їх у методологію дослідження соціальних стереотипів з точки зору науки про соціальні комунікації.

Результати і обговорення. Основоположником теорії стереотипів і першим, хто, власне, і ввів поняття «стереотип» у суспільно-політичний науковий дискурс ще у 20-х роках минулого століття, традиційно вважається американський журналіст і політичний оглядач Волтер Ліппман, більш відомий дослідникам галузі соціальних комунікацій як автор концепції громадської думки, яку описав в однойменній книзі 1922-го року. Стереотипи Ліппман описав там як те, що дає індивіду уявлення про більшість речей ще до того, як він безпосередньо стикається з ними в реальному світі; а принцип їхнього функціонування пояснив таким чином: мовляв, стереотипи «маркують об'єкти чи то як знайомі, чи то як дивні і незвичні, поглиблюючи відмінність за цим параметром: знайоме, хоч і злегка, подається як щось дуже близьке, а трохи дивне – як зовсім чуже.»[11, с. 90]

Цілком передбачувано, відтак, що саме Сполучені Штати стали поприщем, де в наступні кілька десятиріч років наукові розвідки у цьому напрямі розгорталися найбільш активно, і послідовники Ліппмана, на відміну від нього самого, від теорії поступово перейшли до практики: від пояснень, як, звідки і чому виникають соціальні стереотипи – до з'ясування, а якими ж ці стереотипи є. З огляду на поживлення міграційних процесів, що стало наслідком складної політичної та економічної ситуації після двох Світових воєн (1914-1918 рр.; 1939-1945 рр.), соціологи та соціальні психологи взялися досліджувати, в першу чергу, стереотипи етнічні. І на сьогодні емпіричні методи, якими вони послуговувалися у своїх роботах, вже стали класичними. Це, переважно, були різного роду опитування, які сучасні дослідники, в тому числі і соціально-комунікаційної сфери, застосовують в удосконаленіх, модифікованих варіаціях. Поданий у цій статті список методів виявлення соціальних стереотипів не є

вичерпним, але у ньому у хронологічному порядку представлено ключові з них.

Шкала соціальної дистанції Е. С. Богардуса. В 20-х роках ХХ століття проблемами міжетнічних відносин у межах однієї держави – Сполучених Штатів – перейнявся американський соціолог, професор університету Південної Каліфорнії Еморі С. Богардус. Кількарічні наукові пошуки, врешті, призвели до того, що 1925-го року дослідник опублікував результати перших емпіричних випробувань своєї новоствореної шкали, яка мала за мету виявити ступінь близькості чи віддаленості однієї етнічної групи від іншої – так званої соціальної дистанції, збереження якої, на думку Богардуса, дає індивіду змогу тримати інших на відстані і так зберігати свою позицію у власній соціальній групі[8, с. 45]. Одне й те саме опитування серед американців Богардус згодом проводив ще тричі – у 1946, 1956 і 1966 роках. Так соціолог намагався проаналізувати динаміку суспільних змін. З'ясувалося, що середній рівень соціальної дистанції в Сполучених Штатах за досліджуваний проміжок часу у сорок років – дійсно змінився: відмінності між етнічними групами стали менш помітними. Цю тенденцію підтвердили і дослідження наступників Богардуса через майже ще сорок років – у 2005-му[15].

Отже, методика Богардуса полягає у тому, що респондент, оцінюючи своє ставлення до представників тих чи інших етнічних груп, має визначитися і відповісти, у наскільки тісних соціальних контактах він готовий перебувати із ними. Варіанти допустимості тих інших відносин із представниками запропонованих соціальних груп Богардус запропонував такі:

1. як близьких родичів на основі шлюбу;
2. як близьких друзів;
3. як сусідів по моїй вулиці/квартирі/кімнаті;
4. як працівників підприємства, де працюю я;
5. як громадян моєї країни;
6. як іноземців, що відвідують мою країну;
7. виключив би з моєї країни.

Чим меншу соціальну відстань із представниками тих чи інших груп допускає респондент – тим менший бал отримує певне твердження у шкалі: якщо опитуваний допускає шлюб або близькі родинні відносини із представником досліджуваної групи – це 1 бал, якщо ж обрав варіант «виключив би з моєї країни» – це 7 балів відповідно. Підбиваючи підсумок такого опитування, дослідник вираховує індекс соціальної дистанції: для цього слід обчислити середнє арифметичне індивідуальних оцінок ставлення до досліджуваних етнічних груп. Відтак, чим ближчий цей показник до 1, тим коротша соціальна дистанція між групами – тією, що брала участь в опитуванні і тією, що стала об'єктом цього опитування. За результатами опитування Богардуса, наприклад, лідерами у рейтингу соціальної близькості до американців стали англійці, білі американці і канадці, а також жителі Центральної та Західної Європи. А от найвищий індекс дистанції з жителями Близького і Далекого Сходу та темношкірими.

Методику Богардуса можна застосовувати задля виявлення стереотипного ставлення не лише до інших етнічних груп, але й вимірювати нею дистанцію між різними віковими, релігійними, професійними, генде-

рними групами. Запропоновані типажі допустимих відносин в авторській шкалі також можуть змінюватися відповідно до мети проведення опитування, але потребують попередньої експертної обробки.

Шкала Р. Лікерта. Американський соціальний психолог Ренсіс Лікерт наприкінці 20-х – на початку 30-х років ХХ століття входив до числа дослідників, коло наукових інтересів яких на той час було обмежено вивченням феномену соціальних установок (атитюдів). Після кількох спроб визначитися з чіткою дефініцією цього явища, науковці взялися з'ясовувати, якими ж взагалі методами його слід вивчати. 1928-го року психолог Луїс Терстоун у своїй статті «Атитюд може бути вимірний» (Attitudes can be measured) описав принцип вимірювання соціальних установок за «шкалою інтервалів, які здаються рівними»: з її допомогою він виміряв ставлення респондентів до церкви як соціального інституту. Лікерт підхопив ідею Терстоуна і вже за чотири роки, у 1932-му, опублікував свою статтю «Техніка вимірювання атитюдів» (A technique for the measurement of attitudes), де запропонував схожий, але дещо простіший принцип вимірювання соціальних установок – шкалу сумарних оцінок, яку сам Лікерт назвав способом «демонстрації загальної прихильності чи неприхильності, яку певні індивіди та групи виявляють щодо інших осіб та груп» [10, с. 39]. Дану шкалу вважаємо за доцільне застосовувати і у дослідженнях соціальних стереотипів.

Суть методу полягає у визначенні ступеню згоди чи незгоди респондентів (зазвичай вона оцінюється дослідником у діапазоні від 1 до 5 балів) із заданими твердженнями, на основі чого робляться висновки щодо ставлення соціальної групи до досліджуваних об'єктів, явищ або інших соціальних груп. Мета дослідження зумовлює тематику тверджень, те, яким чином вони будуть сформульовані, скільки їх буде і які будуть запропоновані варіанти відповідей.

Отже, для початку дослідник має укласти список суджень – їх може бути від кількох десятків до кількох сотень: ці судження витікають із власного досвіду, їх підґрунтям можуть стати інші соціологічні дані, опитування студентів (чи інших потенційних представників досліджуваної аудиторії), фокус-групи чи навіть приватне спілкування з друзями, колегами тощо. Наступний етап – експертна оцінка списку суджень. Експертами можуть виступати як фахівці у досліджуваній галузі, так і представники досліджуваної соціальної групи – відповідне рішення ухвалює сам автор опитування. Їм, так само як і кінцевим респондентам, пропонується оцінити кожне з суджень за градацією згоди-незгоди із ним: повністю згоден – 5 балів; частково згоден – 4 бали; не можу визначитися зі своїм ставленням – 3 бали; частково незгоден – 2 бали; повністю незгоден – 1 бал. Отримані шляхом опитування експертів дані підлягають математичній обробці через процедуру обчислення коефіцієнта парної кореляції – вона дає змогу виключити зі списку суджень найбільш суперечливі, ті, що не відповідають меті дослідження. Внаслідок експертного відбору початковий список суджень суттєво скорочується – оптимально до 20. З них дослідник і формує анкети для респондентів. Сума оцінок кожного окремо-

го судження (звідси і назва «шкала сумарних оцінок» - авт.) дає досліднику змогу виявити установку респондента щодо об'єкта опитування: чим вище це число – тим вищий ступінь розвитку соціальної установки в індивіда.

«Перелік рис» Д. Каца та К. Брейлі. Класиками дослідження етнічних стереотипів в соціальній психології вважаються американські дослідники – психологи Деніел Кац та К. Брейлі. Вони стали авторами першого наукового виявлення стереотипів досліджуваної аудиторії. Результати їхнього опитування вилічилися в статтю «Расові стереотипи сотні студентів коледжу» (Racial stereotypes of one hundred college students), опубліковану у «Журналі аномальної та соціальної психології» (Journal of Abnormal and Social Psychology) у 1933 році. Кац та Брейлі провели опитування серед студентів Принстонського університету, де саме в той час Кац викладав. Сотні студентів запропонували перерахувати риси, на їхню думку притаманні членам 10-ти різних етнічних та національних груп. Саме ці групи на той час – це 30-ті роки ХХ ст., – як вважали дослідники, були «видатними» («prominent social groups»). Йшлося про німців, італійців, темношкірих («Negroes»), ірландців, англійців, євреїв, американців, китайців, японців та турків. Обирати риси слід було із запропонованого списку з 84-х характеристик. Після того, як респонденти формували список рис для кожної з десяти рас – їм пропонували розглянути окремо кожний список і вибрати з нього врешті тільки 5 рис, нібито найбільш притаманних кожній расі. На основі даних цього опитування Кац та Брейлі виділили по 12 рис, які респонденти найчастіше приписували кожній досліджуваній національній групі. Дослідники припустили при цьому, що в основі вибору студентів лежить аж ніяк не індивідуальний досвід їхнього спілкування з представниками тієї чи іншої нації, а первісні стереотипи, які вони засвоїли щодо цих націй [9, с. 280] поза особистісним спілкуванням.

За допомогою цього методу соціальні психологи і досі виявляють і описують етнічні стереотипи – і не тільки: також гендерні, вікові тощо. Та аби позбутися суб'єктивного впливу на результати опитування – адже в початковому варіанті респондентам пропонували обирати риси для національних груп з уже визначеного наперед переліку – сучасні дослідники вносять до методики його проведення деякі зміни. Наприклад, роблять опитування відкритим: тоді респондентам вже не нав'язують варіанти рис, а вони самі пропонують ці варіанти. Проте такі зміни ускладнюють і процес обробки даних: якщо у випадку із закритим опитуванням соціологи аналізують масив стандартизованих і передбачуваних відповідей – і, наприклад, опрацьовують їх за допомогою частотного аналізу; у випадку ж з відкритим варіантом – мають справу із часто унікальними характеристиками досліджуваної соціальної групи. Обробка таких даних починається зводиться до контент-аналізу. Далі ж – в залежності від мети проведення опитування – результати обробки даних можуть піддати ще й кодуванню. Це необхідно, коли дослідник прагне не лише підтвердити наявність в аудиторії стереотипів щодо певних соціальних груп і сформулювати їх, а ще й оцінити ці

стереотипи як позитивні чи негативні. Наприклад, якщо з п'яти приписуваних групі рис 5 – позитивні – це 5 балів; 3-4 позитивні риси – 4 бали; 2 риси – 3 бали; 1 риса – 2 бали; і якщо всі п'ять рис негативні – це 1 бал. Так ми можемо оцінити ступінь позитивності-негативності стереотипу опитуваної аудиторії. При цьому важливо, аби кодування послідовно здійснювала група експертів – це зробить його результати об'єктивними.

Ідеї Каца та Брейлі знайшли своїх послідовників. У 70-х роках ХХ століття кілька американських вчених взялися удосконалювати їхній «перелік рис». У 1971-му році свою *відсоткову методу* презентував дослідник етнічних стереотипів **Джон Брігем**. У своїй статті «Етнічні стереотипи» (Ethnic stereotypes), опублікованій у журналі «Психологічний вісник» (Psychological Bulletin), він запропонував внести до процедури проведення опитування такі корективи: аби позбавити результати дослідження узагальнюючого характеру, респонденти до кожної із запропонованих їм рис у процесі співвіднесення їх із певною соціальною групою (народом/нацією/етносом), мали ще й вказати, якому саме відсотку цієї групи, на їхню думку, ця риса притаманна. Тобто, якщо у Каца і Брейлі достатньо було приписати туркам, наприклад, надокучливість і охайність, то у Брігема вже необхідно було виокремити, яка ж частина народу є носієм цих якостей: надокучливі, приміром, 75%, а охайні – 50%. Стереотипним, за результатами застосування відсоткової методики, вважаються ті риси, які були приписані респондентами певній соціальній групі з найвищим середнім процентом.

Але і методика Брігема для соціальних психологів виявилася недостатньо валідною. Сім років потому дослідники **Кларк МакКолі та Крістофер Стітт** презентували роботу «Індивідуальна і кількісна міра стереотипів» (An individual and quantitative measure of stereotypes). У ній було запропоновано додати до алгоритму виявлення стереотипів ще один крок у вигляді вирахування *діагностичного коефіцієнту*. Справа у тому, що за логікою Брігема будь-якій соціальній групі можна на 100% приписати певні загальні риси, наприклад, такі як: бути живим, смертність, старіння. Але це не означає, що ці риси можуть бути включені у стереотип. Тож МакКолі і Стітт при наданні якійсь рисі певного відсоткового значення вирішили відштовхуватися від оцінки «всі люди у світі» і приймати її за 1 (одичицю). Якщо діагностичний коефіцієнт більший за 1 – риса дійсно притаманна певній групі людей більше, ніж усім іншим; якщо ж коефіцієнт менший 1 – риса, навпаки, даній групі характерна менше за інших. Припустимо, за підсумками опитування 70% китайців володіють високим рівнем інтелекту, в той час як в цілому респонденти вважають високоінтелектуальними 30% людей у світі. Щоб обчислити діагностичний коефіцієнт, необхідно вирахувати співвідношення між цими величинами: $70:30 \approx 2,3$. Відтак, такі результати свідчать про наявність у стереотипі щодо китайців такої риси, як «високий рівень інтелекту».

Метод незавершених речень Дж. Сакса та С. Леві. Американські психологи Джозеф Сакс та Сідні Леві не були новаторами, коли 1950-го року презентували одну з варіацій методу незавершених речень:

ще з 1910-х років їхні попередники намагалися встановити зв'язок між тим, як респондент реагує на неоднозначний стимул і як він особисто бачить і відчуває світ. Але саме методика Сакса-Леві здобула визнання спеціалістів психотерапевтичної сфери.

Суть так званого SSCT (Sack's Sentence Completion Test) полягає у тому, що респондентові пропонується список із 60-ти незавершених речень: їх усі можна умовно розділити на 15 груп – по 4 незавершених речення у кожній – і вони мають обов'язково бути розташовані у загальному списку речень у хаотичному порядку, а не один за одним, щоб респондент мав змогу переключити увагу, а дослідник, відтак, отримати більш релевантні дані. Ці групи речень відповідають за той чи інший аспект життя опитуваного: за відносини з батьками і з протилежною статтю; за ставлення до роботи, керівництва, підлеглих і друзів; за страхи, переживання і за майбутнє тощо. Наприклад, опитуваному слід завершити такі речення, як: «Думаю, що мій батько...», «Коли мені не щастить, я...», «Якби у мене була керівна посада...», «Коли я буду старим...», «Більшість людей з мого оточення не знають, що я боюся...», «Вважаю, що більшість жінок/чоловіків...» і т.д.

Аналіз відповідей дослідник проводить окремо по кожній групі питань. Він передбачає ранжування відповідей респондента за шкалою від +2 до -2: де +2 означає, що у завершенні запропонованого речення прослідковується чітке позитивне ставлення до того чи іншого аспекту життя; а -2, відповідно, свідчить, що опитуваний висловлює різко негативне ставлення до об'єкта, про яке йдеться у реченні. Відтак, кожна з 15 груп питань, тобто кожна з 15 досліджуваних сфер життя, може бути оцінена максимум у +8 (якщо кожне з 4 речень групи було чітко позитивним) або ж -8 (якщо кожне з 4 речень групи було чітко негативним). Так дослідник визначає, у яких сферах життя респондент мав позитивний чи негативний досвід, і які під впливом цього досвіду у нього сформувалися установки.

В залежності від мети дослідження незавершені речення можуть бути варіювані – цілі групи можуть бути вилучені з переліку, натомість на розсуд дослідника у список можуть потрапити інші речення. Наприклад, якщо виявлення стереотипів, припустимо, гендерних, – є основною задачею науковця, він може відкинути інформацію про друзів і майбутнє респондента, і замінити їх блоком незавершених речень про права та обов'язки обох статей, на кшталт: «Я вважаю, що жінка/чоловік має...», «Коли я бачу чоловіка в декреті, я...» тощо.

Метод семантичного диференціала Ч. Осгуда. Розроблений 1952-го року групою американських психологів на чолі із професором Іллінойського університету Чарльзом Осгудом і докладно описаний ним у роботі 1957-го року «Вимірювання значення» (The Measurement of Meaning), метод семантичного диференціала в царинах соціології, психології, соціальних комунікацій тощо і досі вважається одним із найефективніших способів визначити неусвідомлене ставлення аудиторії до різноманітних об'єктів оточуючого світу. І попри багатоступеневу процедуру ук-

ладання анкет – одним із найпростіших. З його допомогою можна, зокрема, виявити ставлення учнів до викладачів, підлеглих – до керівництва, аудиторії – до ЗМІ, споживачів – до продукту і його реклами, національних груп – до інших національних груп тощо.

В основі методу лежать дослідження Осгуда про синестезію – це такий психологічний феномен, коли подразнення одного компонента когнітивної системи призводить до автоматичного відгуку в іншому; це – неконтрольована ланцюгова реакція, що відбувається у мозку людини – так у ньому виникають різного роду асоціації: наприклад, аромати породжують в індивідуальній свідомості спогади – візуалізації з минулого; кольори – корелюють із настроєм, характеристиками людини: чорний – символізує траур, червоний – пристрасть, рожевий – жіночність тощо. За такою ж схемою утворюються і метафоричні переноси – саме синестезія лежить у їхній основі, вважав Осгуд[13, с. 223].

Водночас одним із основних методів вивчення синестезії є побудова суб'єктивних семантичних просторів – наукових моделей індивідуальної людської свідомості[14, с. 25], у рамках яких утворюються і функціонують стереотипи. Основою цього простору є латентні неусвідомлені людиною фактори, які, своєю чергою, дають підстави для суб'єктивної оцінки різних об'єктів дійсності, зокрема, себе і груп інших людей, а згодом – і порівняння цих об'єктів між собою. Мета ж методу семантичного диференціала полягає у виявленні і аналізі семантичного простору респондента; факторів, що впливають на його оціночні судження; вивченні взаємного розташування об'єктів у цьому просторі; і, наостанок, виявленні і групуванні респондентів зі схожим сприйняттям об'єктів.

Респондентам, які проходять опитування, побудоване на цьому методі, дослідник пропонує оцінити певний об'єкт за низкою біполярних шкал, що представлені антонімічними парами, найчастіше це – протилежні за значенням прикметники, але можуть бути навіть словосполучення та речення. Оцінка проводиться за 7-ступеневою градацією – від -3 до 3, де -1 та 1 – якість притаманна об'єктові в незначному ступеню, -2 та 2 – у середньому ступеню, -3 і 3 – якість чітко виражена і 0, якщо на думку респондента, жодна з якостей з антонімічної пари не притаманна об'єкту. В класичному варіанті Осгуда кількість шкал налічує 20-ть, і кожна з них виражає і входить в один із трьох факторів: оцінки – як респондент ставиться до досліджуваного об'єкта; сили – який потенціал в об'єкта; та активності – які можливості реалізації цього потенціалу. Антонімічні пари розробляють на основі індивідуальних асоціацій дослідника чи групи дослідників, які виникають під час взаємодії з об'єктом, але вони не є прямою ознакою цього об'єкта. Наприклад, якщо об'єктом дослідження професійних стереотипів обрано соціальну групу лікарів, то біполярні шкали можуть бути таким: сильний – слабкий; м'який – твердий; світлий – темний; голосний – тихий; рішучий – боязкий тощо.

При безпосередньому складенні опитування важливо уникати ситуації, коли дві або більше біполярних пар, що належать до однієї шкали тримірного базису (оцінки, сили та активності – *авт.*), розташо-

вані у бланку відповідей поруч. А також, коли у лівий стовпчик винесено винятково негативні характеристики, а праворуч – тільки позитивні, адже респонденти, загалом оцінюючи своє ставлення до досліджуваного об'єкта як чітко позитивне чи чітко негативне, своїми відповідями можуть підсвідомо слідувати певній запрограмованій моделі поведінки.

Кількісним результатом опитування є середня оцінка за кожною шкалою. Якщо метод семантичного диференціалу застосовується задля виявлення в респондентів стереотипів щодо того чи іншого соціального об'єкта, то за середньою оцінкою шкали важливо також визначити: є вона позитивною характеристикою для досліджуваного об'єкта чи негативною.

Тест «Двадцяти тверджень» М. Куна та Т. МакПартленда. 1954-го року американські соціальні психологи Менфорд Кун та Томас МакПартленд опублікували у журналі «Американський соціологічний огляд» (American Sociological Review) статтю під назвою «Емпіричне дослідження ставлення до себе» (An Empirical Investigation of Self-Attitudes), де вперше презентували свій тест «Двадцять тверджень». Для дослідників різних груп соціальних стереотипів він цікавий тим, що дає змогу виявити їх у свідомості респондента завдяки аналізу опису індивіда про самого себе: через призму його ціннісно-мотиваційних і поведінкових орієнтирів. У цьому і плюс, але водночас і мінус методики. Адже вона складна в інтерпретації отриманих даних – досліднику доводиться виділяти установки респондентів з різних видів їхніх тверджень шляхом побудови довгих і складних ланцюжків умовиводів[12, с. 68]. До того ж в анкетованого самого можуть виникнути труднощі у процесі самоопису.

Попри популярність тесту – особливо серед фахівців, що займаються вивченням дитячої і підліткової психології, сталого і загальноприйнятого алгоритму опрацювання його результатів – досі немає. Відтак, існує безліч авторських модифікацій обробки отриманих даних[5; 16]. Тест «Двадцяти тверджень» – у його чисельних інтерпретаціях – може дати досліднику базові уявлення про гендерну, вікову, професійну, національну, сімейну та релігійну самоідентичності респондента. Далі ми розглянемо процедуру проведення тесту у його класичному варіанті.

Алгоритм такий: за визначений анкетувальником час респонденти мають дати визначену кількість відповідей на одне й те саме запитання: «Хто я?» або «Який я?» (саме тому даний тест часто ще називають «тестом двадцяти «я» – *авт.*). Респондент при цьому не має зосереджуватися ані на логіці викладу інформації, ані на її послідовності, ані на лінгвістичному аспекті відповідей. У класичному варіанті на відповіді на 20 запитань «Хто я?» у респондента є 12 хвилин, але на розсуд дослідника, з огляду на мету проведеного ним опитування, кількість запитань може змінюватися, відповідно – має змінюватися і хронометраж процедури. Але у цьому випадку слід пам'ятати: чим менше часу у респондента буде на роздуми і відповіді – тим простіше досліднику за аналізом цих відповідей простежити асоціативні зв'язки у свідомості опитуваного.

У процесі обробки інформації дослідник має розділити і порахувати відповіді респондента за такими двома типами: об'єктивні відповіді – коли індивід вказує на свою приналежність до тієї чи іншої соціальної групи чи виконання певної соціальної ролі («я – людина/жінка/студент/член футбольного клубу «Чорноморець» тощо) та суб'єктивні відповіді – коли індивід вказує на свою специфічну індивідуальну ознаку («я люблю прибирати вдома/багато заробляю/ненавиджу собак/соромлюся незнайомих людей» тощо); до суб'єктивних також зараховуються «відповіді без відповіді» – у разі, якщо респондент не зумів вказати таку кількість індивідуальних характеристик, якої вимагав від нього дослідник. Міра співвідношення соціального та індивідуального в самохарактеристиках індивіда і є об'єктом подальшого наукового аналізу дослідника, який має ґрунтуватися на принципах «Я-концепції». Перевага відповідей з вказівками на соціальні ролі респондента свідчить про високий ступінь його прив'язаності до своєї соціальної групи, схильність сприймати оточуючий світ за схемою «ми–інші»; такі респонденти більш схильні до стереотипізації образу виконавців інших соціальних ролей. Натомість, якщо у наборі відповідей превалюють індивідуальні характеристики – це вказує на прийняття індивідом своїх унікальних рис, і рефлексію за схемою «я–інші».

Методика множинної ідентифікації В. Петренка. Автор методики – російський психолог Віктор Петренко – почав згадувати про неї у своїх роботах у середині 80-х років ХХ століття у контексті вивчення етнічних стереотипів[4, с. 113]. Вперше ж її апробацію дослідник здійснив спільно з Л. Алієвою у 1987-му році, а результати дослідження були опубліковані того ж року у «Психологічному журналі» (Психологический журнал) у статті «Дослідження етнічних стереотипів з застосуванням методики множинної ідентифікації» (Исследование этнических стереотипов с использованием методики множественных идентификаций). Суть методики полягає у виявленні стереотипів, цінностей та установок у структурах індивідуальної та суспільної свідомості шляхом оцінювання опитуваними вірогідності здійснення того чи іншого вчинку чи ймовірності стати учасником тієї чи іншої події виконавцем певної соціальної ролі.

У першому дослідженні Петренка за методикою множинної ідентифікації вибірка складалася з російських та азербайджанських студенток. Респондентам пропонували оцінити за шкалою від 0 до 6 (де 0 – ситуація неможлива) 90 варіантів можливих вчинків і подій з сімейно-побутової сфери («курити сигарети», «познайомитися з хлопцем на вулиці», «прагнути вищої освіти», «розпоряджатися сімейним бюджетом» тощо) з точки зору 12-ти різних рольових позицій: зокрема, «я сама», «моя мати», «ідеальна жінка», «жінка, яку я зневажаю», «росіянка» (для азербайджанок), «азербайджанка (для росіянок)» тощо. Отримані в процесі опитування дані, дослідники за допомогою факторного аналізу збирали і графічно представляли у вигляді індивідуальних для кожної опитуваної студентки семантичних просторів. І так виявляли фактори, що лежать в основі формування індивіду-

альної картини світу, а, отже, і поведінкових орієнтацій респондентів.

Методика множинної ідентифікації має суттєвий недолік: вона надто громіздка і досить складна в обробці даних, особливо, якщо мета науковця виходить за межі дослідження винятково сімейно-побутової сфери, як у Петренка. У разі, коли необхідно виявити стереотипи щодо інших аспектів суспільного життя, досліднику доведеться змінити не лише приклади вірогідних подій та вчинків, стійких і характерних для досліджуваної групи, а й змінити список рольових позицій.

Припустимо, ми маємо виявити і описати вікові стереотипи у професійній сфері. Відтак, ролі у нашому опитуванні зміняться: на «спеціаліст з 30-річним стажем», «людина на пенсії», «молодий спеціаліст, який тільки-но отримав диплом» тощо, незмінною залишиться тільки позиція «я сам/сама» (вона є обов'язковою для досліджень усіх груп соціальних стереотипів, оскільки дає досліднику інформацію про місце концепту «Я» у загальній картині світу респондента); а запропоновані ситуації чи вчинки матимуть такий вигляд: «швидко виконує поставлені задачі», «потребує допомоги колег», «може проводити майстер-класи», «постійно вдосконалює навички та уміння» тощо.

Висновки. Результат діяльності засобів масової інформації у вигляді мас-медійної продукції, як один з чинників динамічного розвитку процесу стереотипізації різних соціальних груп, був і залишається нині об'єктом наукових досліджень низки вітчизняних та іноземних науковців. Відтак, у ході розробки стратегії такої роботи перед кожним автором постає проблема вибору методологічного вектору дослідження. При цьому розв'язати завдання, у будь-якому аспекті пов'язані з тематикою дослідження стереотипів, здатні винятково методи емпіричні. Але який же з них обрати? У соціально-комунікаційному науковому дискурсі на такий випадок досі не існує спеціально розроблених процедур з їх специфічними алгоритмами та прийомами, тож послуговуватися у роботах такого спрямування доцільно підходами, запозиченими здебільшого із соціальної психології, адже саме дослідники цієї галузі одними з перших – ще від 30-х років ХХ століття – почали проводити масові і ґрунтовні опитування аудиторії з метою виявлення її соціальних установок, цінностей і стереотипів.

Тож в методологічну основу наукових робіт з оцінки впливу ЗМІ на стереотипотворні процеси у суспільстві, з визначення стереотипогенерувального потенціалу їхнього контенту, може лягти один із запропонованих методів або ж комплекс кількох із даного списку: шкала соціальної дистанції Е. С. Богардуса, шкала Р. Лікерта, «перелік рис» Д. Каца та К. Брейлі, відсоткова методика Дж. Брігема, діагностичний коефіцієнт К. МакКолі та К. Стітта, метод незавершених речень Дж. Сакса та С. Леві, метод семантичного диференціала Ч. Осгуда, тест «Двадцять тверджень» М. Куна та Т. МакПартленда, методика множинної ідентифікації В. Петренка. При цьому на розсуд самого дослідника, він, використовуючи той чи інший метод, може модифікувати його, запропонувавши авторську варіацію опитування – в залежності від

мети роботи; або ж покровоково слідувати оригінальний дослідження. процедури, обравши тільки власний предмет і об'єкт

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутиріна, М.В. (2010). Метатеоретичний підхід до вивчення стереотипів масової свідомості. *Теле- та радіо-журналістика*, 9(2), 8–15.
2. Зарембо, К. (ред). (2017). *Українське покоління Z: цінності та орієнтири*. Отримано з http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_ukr_inet-2.pdf
3. Колишко, С., Паращевін, М., Печончик, Т., & Яворський, В. (2018). *Що українці знають і думають про права людини: оцінка змін (2016-2018): Результати другого соціологічного дослідження*. Отримано з <https://dif.org.ua/uploads/pdf/19484532155c0fae449caba5.69437042.pdf>
4. Петренко, В. Ф. (1983). *Психосемантика сознания*. М.: Смысл.
5. Румянцева, Т. В. (2006). *Психологическое консультирование. Диагностика отношений в паре. Учебное пособие*. СПб.: Речь.
6. Сучасне розуміння маскулінності: ставлення чоловіків до гендерних стереотипів і насильства щодо жінок. (2018). *Фонд ООН в галузі народонаселення (UNFPA) & Уряд Великої Британії в Україні*. Отримано з https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Сучасне%20розуміння%20маскулінності_Звіт%20дослідження.pdf
7. Українське суспільство та європейські цінності: Звіт за результатами соціологічного дослідження. (2017). *Фонд імені Фрідріха Еберта: Представництво в Україні*. Отримано з http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/JEvropeiski_cinnoti_tables_and_diagrams_MR_.pdf
8. Bogardus, E.S. (1926). Social Distance in the City. *Proceedings and Publications of the American Sociological Society*, 20, 40–46.
9. Katz, D. & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28(3), 280–290. DOI: 10.1037/h0074049.
10. Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
11. Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York, US: Macmillan.
12. Manford, H.K. & McPartland, T.S. (1954). An Empirical Investigation of Self-Attitudes. *American Sociological Review*, 19(1), 68–76.
13. Osgood, C.E. (1952). The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin*, 49(3), 197–237. DOI: 10.1037/h0055737.
14. Osgood, C.E., Suci, G.J., & Tannenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Univer. Illinois Press.
15. Parrillo, V.N. & Donoghue, C. (2005). Updating the Bogardus social distance studies: a new national survey. *The Social Science Journal*, 42(2), 257–271. DOI: 10.1016/j.soscij.2005.03.011.
16. Zurcher, L.A. (1977). *The mutable self: A self-concept for social change*. Beverly Hills, CA: Sage.

REFERENCES

1. Butyrina, M. (2010). Metatheoretical approach to the study of mass consciousness stereotypes. *TV and radio journalism*, 9(2), 8–15.
2. Zarembo, K. (Ed.) (2017). *Ukrainian Generation Z: Attitudes and Values*. Retrieved from http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_eng_inet-3.pdf
3. Kolyshko, S., Parashchevin, M., Pechonchik, T., & Yavorsky, V. (2018). *What Ukrainians Know and Think of Human Rights: Progress Study (2016-2018): The results of the second sociological study*. Retrieved from <https://dif.org.ua/uploads/pdf/19484532155c0fae449caba5.69437042.pdf>
4. Petrenko V.F. (1983). *Psychosemantics of consciousness*. Moscow: Smysl.
5. Rumiyanseva, T.V. (2006). *Psychological counseling. Diagnostics of the relationship in a couple. Tutorial*. Saint Petersburg: Rech.
6. Masculinity today: men's attitudes to gender stereotypes and violence against women. (2018). *UNFPA & UK Government in Ukraine*. Retrieved from https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Masculinity%20Today%20Men%27s_Report.pdf
7. How Ukrainians perceive European values: Main results of an empirical survey. (2017). *The Regional Office of Ukraine of Friedrich Ebert Stiftung*. Retrieved from <https://library.fes.de/pdf-files/id-moe/13731.pdf>

Empirical methods of mass media audience stereotypes identification

Y. Priadko

Abstract. The research paper provides the analytical review of social psychologists, psychologists and sociologists' empirical scientific experience analysis. The author analyses mostly American scientists of twentieth century. The list of methods, techniques, techniques and strategies that can be used by researchers of social communications, sociology, psychology and other social sciences are presented. The article provides an overview of the audience's social stereotypes about their own and other social groups. The step-by-step description of the conducting sociological surveys procedure with usage of incomplete sentences methods and a "list of features", the test of "twenty statements", as well as surveys using psychometric scales has been characterized.

Keywords: stereotype, "list of traits", social distance scale, semantic differential, multiple identification.

Доверие к медиа и типы медиапрактик

Т. Д. Прокопышин

Львовский национальный университет имени Ивана Франка
Corresponding author. E-mail: taras.prokopyshyn@ukr.net

Paper received 03.11.20; Accepted for publication 22.11.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-11>

В современных обществах актуализируется проблема (не) доверия населения к СМИ. Наряду с прогрессирующим явлением медиатизации фиксируются и определенные кризисные явления в сфере медиапрактик. Новые формы приобретают уже известны дисфункциональные явления, среди которых искажения в медиа-сообщениях объективного положения вещей, формирование неконвенциональных убеждений и протестных практик потребителей общественно-политической информации, делегитимизация политических режимов и др. В таких обстоятельствах происходит кризис доверия населения к медиа (в частности к новостным медиа), ее «эрозия». Актуализируется необходимость раскрытия социальных предпосылок, последствий и путей преодоления кризиса доверия к медиа. В статье предложены аналитические и эмпирические инструменты исследования медиапрактик населения.

Ключевые слова: медиаисследования, медиапрактики, агент-структурная интеграция, доверие к медиа, партисипативные медиапрактики, медиацинизм, медиаскептицизм.

Введение. В современных обществах актуализируется проблема (не) доверия населения к медиа. Наряду с прогрессирующим явлением медиатизации, которое имеет как глобальное так и локальное измерение фиксируем и определенные кризисные явления в сфере деятельности СМИ и медиапрактик масс населения. С одной стороны растет интенсивность новых (партисипативных) и постепенно снижается распространенность традиционных (консумативных) медиапрактик, медиапространство обогащается новыми (пока что неинституционализированными) производителями медиапродукта и, наконец, трансформируется сам медиапродукт, который становится конвергентным (от лат. *convergens* – тот, что сходится) – сочетающим разноплановые аудиовизуальные и интерактивные технические средства, объединяющим на цифровой основе различные медийные платформы.

По подобной логике меняются сами принципы потребления и производства медиапродукта, стирая границу между субъектом и объектом в процессе обращения информации. Партисипативность становится признаком современных медиапрактик и медиа приобретают собственно характеристики средства массовой коммуникации. В то же время появляются новые формы уже известных дисфункциональных явлений, среди которых искажения в медиасообщениях объективного положения вещей, формирование неконвенционных (даже экстремистских) убеждений потребителей общественно-политической информации, делегитимизация политических режимов и др. В этих обстоятельствах происходит кризис доверия населения к новостным медиа. Соответственно актуализируется проблема раскрытия социальных предпосылок, последствий и путей преодоления кризиса доверия к медиа. В теоретическом измерении указанная проблема приобретает актуальность в связи с недостаточным уровнем научных знаний о трансформации медиапрактик в контексте (не) доверия населения к СМИ.

Краткий обзор публикаций по теме. Наработки мировой социологии в области изучения социальных аспектов функционирования медиа, прежде всего, представлены трудами В. Липмана, В. Шрама, К. Ховлэнда, Л. Фестингера, Ч. Осгуда, Г. Д. Лассуэлла,

П. Лазарсфельда, Э. Ноэль-Нойман, гарвардской и колумбийской школы (изучение механизмов пропаганды в медиа), концепцией публичной сферы Ю. Хабермаса, наработками Торонтской школы коммуникации (Г. Иннис, М. Маклюэн), теорией медиа Д. МакКвейла. В последние годы украинская социология уделяла значительное внимание проблематике медиа. Так, общеметодологическим вопросом социологического исследования медиасистем и их трансформаций рассматривали Н. Костенко, В. Щербина, Ю. Сорока. Особенности новых медиа и динамику медиапрактик населения исследовали А. Каверина, А. Лычковская, А. Петренко-Лысак, Н. Зорба, Б. Ковалевич, А. Олейник, С. Барматова, Н. Корытникова, С. Романенко и др.

Имеющиеся эмпирические данные подтверждают актуальность исследования особенностей восприятия медиапотребителями в разных странах мира медиасообщений в плоскости «доверие - недоверие». Так, по данным института исследований общественного мнения Gallup, уровень доверия к медиа в американском обществе на протяжении периода с 1976-го по 2016 год снизился вдвое (с 72 до 32 процентов), после чего несколько возрос. В Великобритании по состоянию на 2017 год уровень доверия к медиа составил 24%. Другие европейские исследования показывают поляризацию доверия к медиа: растут группы тех, кто доверяет и не доверяет медиа и сокращается группа «умеренных» - тех, кто воспринимают медиа со смешанными чувствами [1].

Статус медиа как транслятора информации, необходимой и достаточной для уверенности граждан в своей осведомленности о том, что происходит в мире, ставится под сомнение. Причинами этого явления, по мнению исследовательницы, является, во-первых, насыщение социума различными медиа-источниками, а также острый дефицит лояльности к социальным и политическим институтам. Кроме названных факторов кризиса доверия, вероятно, существенной является роль самих медиа, которая может восприниматься очень критично. Медиасообщения не всегда объективно отражают действительность. В конце концов, само понятие объективности часто требует контекстуализации, особенно когда речь идет о противоре-

чии интересов, потребностей, опытов и многоуровневые сложные переплетения противоречивых жизненных обстоятельств. Вероятные факторы «искривление» новостных медиасообщений и, соответственно, кризиса доверия населения к новостным медиа раскрывает теория повестки дня (англ. agenda-setting) М. Маккомбса и Д. Шоу. Авторы провели исследования, которые показали, что медиа придерживаются определенных приоритетов при отборе тем для освещения (соответствующая гипотеза появилась еще в начале 60-х гг. XX в.) [3, с. 198].

(Не) доверие как сложное, многоуровневое и многоаспектное явление, очевидно, не может фиксироваться исключительно в измерении «высокое – низкое». Качественный анализ вероятных модальностей этого явления позволяет разграничивать такие его типы как медиацинизм, медиаскептицизм и медиаидеализм. Медиацинизм это стойкое убеждение в предвзятости, материальной заинтересованности, необъективности и других искривлениях в деятельности производителей новостных сообщений. Это явление приводит к снижению доверия к политическим субъектам и, вероятно, к снижению генерализованного доверия. Медиаскептицизм является смягченным вариантом медиацинизма, в большей степени опирается на рациональный анализ, является более гибким и менее категоричным касательно оценки новостных медиа. Медиаидеализм (авторский термин) состоит в не критическом, наивном восприятии новостных медиасообщений как полностью объективных. Заметим, что разделение двух первых модальностей, казалось бы, одного явления, следует осуществлять на основании таких критериев как: приверженность экстремистским идеологиям, политический абсентеизм, низкий уровень генерализованного доверия – сопутствующие явления медиацинизму. Зато медиаскептицизм, вероятно, целесообразно рассматривать как желаемую нормативную модель, как цель формирования медиаграмотности гражданина в современном мире, наполненном, в частности, такими явлениями как гибридные конфликты с применением информационных атак. Израильские исследователи Я. Цфате и Г. Ариэле отмечают: «Быть скептическим значит быть скрупулезным, ставить под сомнение, быть критичным, но в то же время конструктивным. Это напоминает метод академической дискуссии» [5]. Скептический и хорошо информированный гражданин – это, вероятно, соответствие представителя внимательной публики (англ. – attentive public), говоря терминами Д. Розенау [6]. В состав «внимательной публики» обычно входят люди с относительно высоким интеллектом и уровнем образования, которые способны самостоятельно разбираться в политических проблемах и не будут объектом манипуляции со стороны СМИ.

Актуальность проблематики (не) доверия населения к медиа применительно к украинскому обществу подтверждается многочисленными эмпирическими данными. Как замечает Н. Костенко, существует два наиболее значимых фактора (не) доверия к медиа – материальный достаток семьи и место проживания. Это означает, что, со снижением материального статуса граждан существенно снижается и доверие к СМИ. Совсем или преимущественно не доверяют

медиа 47,2% людей со средним уровнем материального благосостояния, 55,1% «бедных» и 56,9% среди тех, кто признали себя «нищими». Доверяют медиа целиком или преимущественно 23,2%, 19,6%, 12,5% соответственно [2, с. 90]. Менее скептическими относятся к медиа люди старшего возраста (47,6% при среднем 50,9%), хотя трети из них сложно определить в этом (31,6% при среднем 27,8%). Менее скептическая оценка наблюдается в сельской местности, где не доверяют медиа 46,7%, а доверяют 23,5%, тогда как в городе эти показатели составляют 53,8% и 19,8%. Но в то же время, уровень образования людей, с повышением которого обычно связывают критичность и медиакомпетентность, в меньшей степени дифференцирует отношение к украинским СМИ. То же касается и гендерных различий.

Целью статьи является социологическая концептуализация социальных предпосылок, последствий и путей преодоления кризиса доверия к медиа в контексте традиционных и инновационных медиапрактик.

Табл. 1. Интегрированные показатели модальностей (не) доверия и типа медиапрактик респондентов

Интегрированные показатели	Индикаторы, которые вошли в состав интегрированных показателей	Степень целостности интегрированных показателей (показатель а-Кронбаха)
Интегрированный показатель модальностей (не) доверия	Согласны ли вы с тем, что ... «Медиа в нашем обществе можно доверять»; «Медиа в нашем обществе преувеличивают политические скандалы, искусственно раздувают их»; «Медиа в нашем обществе манипулируют мнением общественности».	0,715
Интегрированный показатель типа медиапрактик	Насколько часто вам приходится писать комментарии к новостным сообщениям в Интернете? Насколько часто вы распространяете в Интернете новостные сообщения со своими комментариями? Насколько часто вы распространяете в Интернете собственные сообщения на общественно важные темы?	0,796

Материалы и методы. На основании приведенных теоретизаций и исходя из методологических принципов теории агент-структурной интеграции предлагаем использовать как аналитический инструмент понимание медиапрактик населения как таковых, которые разворачиваются в двух плоскостях: «традиционных – партисипативных практик» и «медиацинизма – медиаскептицизма – медиаидеализма» (модальностей восприятия медиасообщений). В пилотном исследовании было верифицировано возможность применения приведенной аналитической схемы как части инструментария эмпирического исследования (не) доверия к медиа в контексте традиционных и партисипативных медиапрактик. Эмпирической базой исследования стал онлайн-опрос по стандартизированной анкете 252 украинских пользователей Интернета. В конструировании выборки использовано сочетание метода целенаправленной выборки и метода снежного кома. Проанализированы в исследовании эмпирические данные обрабатывались в программе Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 22. Верификация имела целью выяснения того, может

ли эта аналитическая схема быть представлена операциональными показателями, которые образуют две плоскости и позволяют зафиксировать дифференциацию по интегрированным показателям модальности (не) доверия к медиа (медиаидеализм, медиаскептицизм, медиацинизм) и типу медиапрактик респондентов (традиционные и партисипативные).

Выяснено, что выбранный инструментарий эмпирического исследования может использоваться для выявления дифференциации медиапрактик населения в двумерном пространстве модальности отношения к медиасообщениям и степени инновационности медиапрактик.

Результаты и их обсуждение. Доверие к новостным медиа является необходимым условием для функционирования демократической системы, поскольку и определяет и свидетельствует о восприятии гражданами политической системы в целом. Проблема доверия к медиа в условиях трансформации медиапрактик населения и медиасистемы в целом, а также на фоне проблемы деструктивных информационных воздействий, недостаточно изученна. Недостаточно разработан понятийный аппарат исследования доверия к медиа. Механизмы формирования доверия к традиционным и новым медиа, а также различные модальности доверия к медиа, такие как медиаидеализм, медиаскептицизм и медиацинизм преимущественно остаются вне поля зрения исследователей. Сравнительно мало исследований изучает политические корреляты доверия к средствам массовой информации с использованием метода опроса [5].

В новых социокультурных и технологических условиях возникает необходимость обоснования оптимальной методологии изучения современных медиа практик. Такой теоретико-методологической основой считаем теорию агент-структурной интеграции, которая представлена в работах Э. Гидденса, П. Бурдьё, Ю. Хабермаса и др. Центральный вопрос этого подхода: следует ли искать основание социальных процессов в сознании и воле субъекта или необходимо отталкиваться от структурных отношений, а действия субъекта могут быть вынесены за скобки? Теория агент-структурной интеграции исходит из того, что в настоящее время на повестке дня социальной теории стоит задача интеграции действия и структур. В контексте изучения медиареальности носителями агентности выступают, в частности, журналисты, выполняющие свои профессиональные роли, создающие

медиа-сообщения, определяющие содержание последних, формирующие определенные медиа-эффекты, в частности в том, что касается доверия аудитории к СМИ. Важным носителем агентности является также аудитория. Отметим здесь, что поток технологических, социокультурных, политических, экономических трансформаций расширили структуру коммуникационных возможностей («структура коммуникационных возможностей» - авторский термин по аналогии «структуры политических возможностей») из теории социальных движений) и сегодня нецелесообразно говорить о односторонности информационного потока и избыточно жестком делении между производителем и потребителем медиаконтента. В наибольшей степени функциональные аспекты и возможные последствия распространение неинституционализированных медиа практик связываются с возможностью оздоровления медиaproстранства, контролируемого политическими группами и корпорациями. Именно неинституционализированные медиапрактики могут противодействовать эрозии доверия населения к медиа (и к новостным медиа в частности).

Выводы. Завершая отметим, что сам концепт доверия к медиа является слишком «синтетичным» и вряд ли можно говорить о явлении доверия к медиа как о эмпирическом социальном факте. Один и тот же человек может доверять определенным средствам массовой информации и не доверять другим. Или доверять определенным средствам информации в том, что касается прогноза погоды, но не доверять им в том, что касается общественно-политических вопросов. Учитывая указанное исследователь должен максимально специфицировать направление научного поиска, например, ограничивать его только новостными медиа, и специфицировать проявления многомерного явления (не) доверия, например в таких его модальностях как медиацинизм, медиаскептицизм и медиаидеализм. Перспективные направления исследований как в глобальном так и в локальном национальном контексте связаны с выявлением содержания трансформаций медиасистем монополизированных финансово-политическими группами, изучением практик ответственности медиа-организаций, разработкой путей повышения медиаграмотности масс населения, их «вакцинации» от манипулятивного воздействия медиа.

ЛИТЕРАТУРА

1. McCarthy J. Trust in Mass Media Returns to All-Time Low. 17 September 2014. Accessed at: <https://news.gallup.com/poll/176042/trust-mass-media-returns-time-low.aspx> 17 accessed on 21.12.2019.
2. Костенко Н. Медіатизація невизначеності: оцінки ситуації // Евалюація: наукові, освітні, соціальні проекти. 2017. Випуск. 3. С. 78-89.
3. Бойд Е. Ефірна журналістика // Технології виробництва ефірних новин. 5-те вид.; [пер. з англ. О. Колот, ред. – перекл. А. Куликов]. К., 2007. 429 с.
4. McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media // Public Opinion Quarterly. 1972. 36. Pp.176-187. 10.1086/267990.
5. Tsfaty Y., Ariely G. Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. Communication Research. 2013. 41. Pp. 760-782. 10.1177/0093650213485972.
6. Rosenau J. N. Citizenship between Elections // An Inquiry into the Mobilizable American. N.Y. ; 1974. 526 p.
7. Мак-Квейл, Д. Теорія масової комунікації [перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків]. Львів: Літопис, 2010.
8. Steuer J. Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. Journal of Communication. 1992. Vol. 42. Pp.73-93.

REFERENCES

1. McCarthy J. Trust in Mass Media Returns to All-Time Low. 17 September 2014. Accessed at: <https://news.gallup.com/poll/176042/trust-mass-media-returns-time-low.aspx> accessed on 21.12.2019.
2. Kostenko N. Mediation of Uncertainty: Evaluation of Situation // Evaluation: scientific, educational, social projects. 2017. Issue. 3. Pp. 78-89.
3. Boyd E. Broadcast journalism. Fifth ed. 2007. Kyiv. 429 p.
4. Mccombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly. 1972. 36. Pp.176-187. 10.1086/267990.
5. Tsfati Y., Ariely G. Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries // Communication Research. 2013. 41. Pp. 760-782. 10.1177/0093650213485972.
6. Rosenau J. N. Citizenship between Elections // An Inquiry into the Mobilizable American. N.Y. 1974. 526 p.
7. McQuail D. Mass Communication Theory. Lviv. Litopys. 2010. 356 p.

Trust in the media and types of mediapractices

T. D. Prokopyslyn

Along with the global process of mediatization, we also record certain crisis phenomenas in the field of media practices. New forms of dysfunctional aspects of media consumption are taking shape, such as distortions in the media reflection of the objective state of affairs, the formation of unconventional beliefs and protest practices of consumers of socio-political information, the delegitimization of political regimes, etc. In these circumstances, there is a crisis of public trust in media (in particular, news media, such as those most focused on socio-political issues), its "erosion". In measuring the types of media practices, traditional and participatory practices are distinguished.

Keywords: *media research, mediapractices, agent-structural integration, trust in media, participatory mediapractices, mediacycnicism, mediaskepticism.*

SOCIOLOGY

The Concept of Character Assassination: A Sociological Approach

M. M. Bondarenko

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: coltbond@i.ua

Paper received 01.12.20; Accepted for publication 12.12.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-12>

Abstract. Character assassination, a reputation-damaging manipulative technology, is closely analyzed and categorized in this article. A theoretical basis for representation of this concept in the sphere of sociology is proposed. The approach argues that the use of communication models and interaction theories creates a way for character assassination to be traced and examined with the help of sociological methods. Consequently, several structural forms for analysis of character assassination are presented, but not limited to the suggested sets of questions as the flexible sociological methodology allows to study the concept from different angles while mixing various theoretical approaches.

Keywords: *character assassination, reputation, public image, interaction theories, sociological methods, measurement.*

Introduction. Reputation has become a significant part of one's public profile, whether the one is a person, company, institution or another entity that *somehow* represents itself to the audience. For the public figures, the expertise in reputational risks management, communication strategy and branding, where all three fight for their image, is in demand. Same goes for the electoral process and politics as they are: political leaders and political parties have to survive in the reputational warfare every day, hour and minute. They struggle each other to get more ratings to themselves and destroy their opponents. But for the most part it is still unclear what statements, regarded as reputation-damaging, are based on facts, and what are not. That is why an important question of how to "catch", distinct, categorize and measure these attack attempts, arises.

Brief overview of related publications. The concept of *character assassination* is to be mentioned when it comes to the discussion of reputational damage. Character assassination (simplifying: destruction of reputation), has been used as a practice even in Ancient Times, though the attempts to conceptualize had only started in the middle of XX century, and as an academic topic, it was first introduced in 1950 by Jerome Davis in his works about negative political campaigns. Now, research tanks, such as Character Assassination and Reputation Politics Research Lab (E. Shiraev, M. Icks, S. Samoilenko, J. Keohane, J. J. Smart) work on the further academic development of this concept, especially in the field of politics, supplemented by the knowledge in the field of social psychology (A. Phelps), – yet, in sociology, the concept of character assassination is seemingly new, but corresponding closely with the topics of communication processes and models (E. Goffman, H. Lasswell, D. McQuail). That is why the focus of this research paper would fall not only on the concept of character assassination itself, but also on the sociological approach of understanding this concept, especially on the ways to trace, fixate and measure it, followed by the **objective** of this paper: *to define the theoretical and methodological specifics of sociological approach to studying the concept of character assassination.*

Materials and methods of the research are based on complex systematic, structural and comparative interdisciplinary approaches, connecting the knowledge from the

fields of political science, social psychology and sociology. Communication models, along with concepts of "strategic interaction" and "social dramaturgy", create the link to presenting methods, such as case study, content analysis, visual analysis and other quantitative and qualitative additional techniques, as ways of sociological analysis of character assassination.

Results and discussion. According to Sergei Samoilenko, *the concept of character assassination* is defined as "a deliberate and sustained effort to damage the reputation or credibility of an individual, ... social groups, institutions, and corporations, which could all experience loss of reputation" [1, p. 115]. The definition might sound similar to another concepts of negative campaigning, such as "kompromat", "labelling" and even "black" – or "negative" – PR, yet it has at least one significant difference. Apart from the other listed concepts, which may not have any factual ground under itself, character assassination bases on certainly known facts and information [2, p. 219].

Character assassination may be categorized in several types. Due to the reasons and the purpose of it, American researchers Martijn Icks and Eric Shiraev present a classification of types of character assassination [3], which include:

- anonymous lies (falsification of biographical facts);
- misquoting (omitting details from the context of one's quote);
- silencing ("erasing" the opponent from collective memory);
- acts of vandalism (performed on objects symbolizing the victim);
- name-calling (the usage of short negative labels, i.e. "terrorist", "communist");
- appellation to mental illness (stigmatization of psychological disorders);
- appellation to sexual deviations (allegations of sexual misconduct).

Such a classification rises a question of the social, even rather than political and psychological, nature of character assassination, as it calls to different sociological categories, and different levels of impact – from individual, micro level to collective, macro level – and analysis, resulting in

the interest in formalizing the concept through the prism of sociology.

The psychological approach to conceptualization of character assassination gives the prerequisite and ground to the application of sociological point of view to the problem. For example, American scholar Andrew Phelps states that “structurally, a character assassination requires for its commission three parties, the character assassin or *agent*, the public whose estimation is to be altered or *audience*, and the person targeted or *victim*” [4]. This structure is partly reminiscent of sociology-based communication models, consisting of the transmitter, the medium, the receiver/audience and the effect [5], as well as of Erving Goffman’s “social dramaturgy” [6] and “strategic interaction” [7] concepts, giving an ability to consider *sociological approach to character assassination* as relevant. For instance, the “social dramaturgy” [6] is based on several structural elements:

- belief in the role played (the role of the “character assassin”);
- the “mask”, which is a standard way for an actor to control what their audience sees (however, in this case, this mask is put on the victim as well);
- dramatic implementation as an image of the actor that they want the audience to acknowledge (and the image of the victim’s “shameful” features);
- idealization, because the performance shows an idealized view of the situation in order to avoid confusion (misinterpretation) and reinforce other elements of the imagination;
- expression control (the actor must be sure in sending the right signals to their audience);
- misconceptions that threaten to launch the wrong message as the audience perceives the performance to be sincere or false, and the actor (“character assassin”) accordingly seeks to convince viewers of the truthfulness of the idea (regardless of whether it actually is or not);
- mystifications, such as hiding specific information to increase the public interest in the actor/victim or the performance.

As for the “strategic interaction”, being a set of constraints, structured choices, “moves” and internal factors [7], such interaction creates the basis for a system of coercion and control. This control also covers the field of “reputation of the individual”. But this reputation is local and situational, it can change, because it is based on the expectations of a particular group. In some cases, an individual has a “right for mistake”, but in many cases those mistakes (for example, FBI agents who have lost cover or political actors misbehaving in public) are difficult or even impossible to correct [7, p. 35-46]. Character assassination can be equated with social death of an individual, since the moral harm caused by the condemnation of certain actions can be irreparable [1, p. 115] and lead to the lifetime stigmatization.

Additionally, character assassination is achieved through the forms of verbal and non-verbal attacks, including language images, rumors, announcements, brochures, caricatures, all of which are broadly used in a sociological analysis. The arsenal of sociological methods of analyzing visual and non-visual information may enable a broader coverage of this concept and demonstrate its social impact.

That is why it is important to discuss the measurement methodology of character assassination.

Negative campaigning scholars Dolezal, Ennsner-Jedenastik and Müller, base their research on a method of content analysis of party press releases. They emphasize that “direct control of the sender” and “represent[ing] a ... campaign strategy” [8, p. 672] are the key pros of using this method in the analysis of character assassination, for instance, in politics. According to that, during sociological research, especially during content analysis, several *methodological techniques to the fixation and measuring of character assassination* could be applied.

As the basis of character assassination is the concept of “negative campaigning”, at first, it is worth noting that the empirical indicators of the fixation of this concept can be determined by the affiliation of research materials to the type of advertising [9]:

- aggressive advertising (which is specifically aimed at undermining reputation);
- contrast advertising (illuminates the desired agent in as “good” against the negativity of the opponent/victim).

Given this, and continuing with content analysis categorization, it is advisable to view character assassination through the prism of advertising practices. Accordingly, categorization and subcategorization may, for example, result in answers to such questions: What is the sphere of this given character assassination? Who/what is the purpose of attack on reputation? What/who does the message appeal to? What is the reason for the attack?

Another method that can be used is the visual analysis [10], an analytical conclusion at several levels of both visual and identification of the researched subject or material:

- discursive analysis (of the situation);
- hermeneutical analysis (interpretation of authorship, public position, purpose, prejudices, stereotypes, applied fields, etc.);
- hermeneutics of the image itself (heroes, attitude to the author, actions);
- semiotic analysis (external and internal, visible and hidden symbols);
- structural analysis (norms, ideas, values).

This method makes it possible to analyze each of the visual materials of character assassination individually and to draw a general conclusion about the contents of such materials on a specific topic, period or campaign.

The listed methods could be easily used during the analysis of character assassination, but their list is not limited by those described above. As qualitative sociological methods are flexible, there are a lot more of them to apply to the research (for example intent analysis, grounded theory, focus groups). Depending on the purpose of the study and researchers’ interests, mixed methodology could also be used, as sociology, being the multiparadigmatic science, can provide a lot of “supporting roles” and “focuses of view” for and with different methods.

Conclusion. Character assassination is as “a deliberate and sustained effort to damage the reputation or credibility of an individual, social groups, institutions, and corporations, which could all experience loss of reputation”. Due to the reasons and the purpose of it, it can be classified to several types, such as anonymous lies, misquoting, silencing, acts of vandalism, name-calling, appellation to mental

illness or sexual deviations. The social psychology approach to conceptualization of character assassination gives the prerequisite and ground to the application of sociological approach to this concept. Among the key sociological theories applicable to character assassination concepts are the communication models, "social dramaturgy" and "strategic interaction". Character assassination is achieved through the forms of verbal and non-verbal forms which are broadly used in a sociological analysis. Several methodological techniques to the fixation and measuring of character assassination could be applied. They include the method of content analysis, resulting in categorization of research materials to the type of advertising (aggressive

or contrast) and answers to specific questions about the form and purpose of character assassination. Visual analysis is also an applicable method, which results in discursive, hermeneutical (context and image), semiotic and structural subanalysis. The number of methods to use is not limited because sociology regards qualitative analysis as flexible. Thus, the prospects for character assassination further conceptualization in the field of sociology are significant. The sophisticated sociological methods and developed theoretical approaches will allow to comprehensively study this concept at various levels, from micro to global, and to focus on its social impact, predicting its consequences for different societies.

REFERENCES

1. Samoilenko, S. Character assassination // The SAGE Encyclopedia of Corporate Reputation, ed. C. Carroll. SAGE Publications, 2016. Vol. 1. P. 115-118.
2. Smart, J. J. West versus East, or somewhere in between: how to understand cooperative times in United States - Russian relations // Revista de Filozofie, Sociologie și Științe Politice, 2016. Is. 3(172). P. 213-221.
3. Icks, M., Shiraev, E. Character Assassination throughout the Ages. Palgrave Macmillan US, 2014. 283 p.
4. Phelps, A. The Social Psychology of Character Assassination (Alterations of Cognitive Factors Due to Deliberate Destruction of Reputation) [Senior Project Paper]. U.C. Berkeley Psychology Dept., 1977. Retrieved from <http://batstar.net/piper/char.htm>
5. McQuail, D. McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). SAGE, 2010. 632 p.
6. Goffman, E. The Presentation of Self in Everyday Life. Doubleday, 1959. 259 p.
7. Goffman, E. Strategic Interaction. University of Pennsylvania Press, 1971. 160 p.
8. Dolezal, M., Ennsner-Jedenastik, L., Müller, W. C. Who Will Attack the Competitors? How Political Parties Resolve Strategic and Collective Action Dilemmas in Negative Campaigning // Party Politics, 2017. Is. 23(6). P. 666-679.
9. Fridkin, K., Kenney, P. J. Do Negative Messages Work?: The Impact of Negativity on Citizens' Evaluations of Candidates // American Politics Research, 2004. Is. 32. P. 570-602.
10. Sztompka, P. Visual Sociology // International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (2nd Edition), ed. J. D. Wright. Elsevier, 2015. P. 191-196.

Тематичний аналіз матеріалів «Дзеркала тижня» про університет: соціальнокомунікаційний підхід

А. В. Волик

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: alina_mav@ukr.net

Paper received 30.11.20; Accepted for publication 12.11.20.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2020-243VIII43-13>

Анотація. У статті коротко окреслено сутність соціальнокомунікаційного підходу та методи досліджень, які у ньому використовуються, визначено маркери, які розкривають тематику журналістських матеріалів про університет, методом контент-аналізу визначено загальну кількість цих маркерів на сторінках видання і, як висновок, – сформовано тематичні групи матеріалів про університет тижневика «Дзеркало тижня». Визначено, що найчастотнішими темами статей про університет є автономія ВНЗ, реформування вищої освіти та зовнішнє незалежне оцінювання.

Ключові слова: університет, соціальні комунікації, соціальнокомунікаційний підхід, методологія досліджень, контент-аналіз.

Вступ. Інтернет стрімко увійшов у наше повсякдення й зумовив появу великої кількості онлайн-видань, які насичують свої віртуальні сторінки оперативною інформацією й працюють в режимі нон-стоп. Не зважаючи на стрімкий розвиток електронних ЗМІ, традиційні медіа не втратили актуальності й продовжують бути складником українського інформаційного простору. Друковані видання масово створюють онлайн-версії, ведуть стрічку новин, регулярно наповнюють свої сторінки в соцмережах, навіть розроблюють офлайн додатки для смартфонів. Серед друкованих видань, які пристосувалися до нових тенденцій інформаційного світу, – суспільно-політичний тижневик «Дзеркало тижня».

Дослідження Інституту масової інформації показують, що в 2017-2019 роках тижневик «Дзеркало тижня» займає 1-3 позиції у рейтингу дотримання професійних стандартів в онлайн і друкованих медіа, тобто є одним із лідерів серед українських ЗМІ [1]. Матеріали освітньої та наукової тематики відокремлені однією рубрикою, містяться майже в кожному випуску й висвітлюють нагальні, соціально значущі проблеми української освіти, зокрема вищої школи. Це дослідження може стати частиною більш ґрунтовної роботи на тему образу університету в медіа, роль ЗМІ у формуванні образу університету в майбутніх абітурієнтів та студентів, у глобальній перспективі бути джерельною базою для створення практичного механізму формування образу вищих освітніх інституцій у суспільстві.

Мета дослідження. Через призму соціальних комунікацій провести тематичний аналіз освітніх матеріалів тижневика «Дзеркало тижня» на прикладі матеріалів про університет. Відповідно до мети поставлено такі завдання:

- окреслити сутність соціальнокомунікаційного підходу;
- методом контент-аналізу підрахувати відсоток матеріалів, які характеризують університет;
- визначити тематику освітніх матеріалів про університет.

Матеріали й методи. У статті використано такі загальнонаукові методи як порівняльно-історичний, описовий, класифікаційний, а також спеціальний метод соціальних комунікацій – контент-аналіз. Джерель-

ною базою дослідження є матеріали тижневика «Дзеркало тижня» про університет за 2017-2019 роки. Загальна кількість проаналізованих випусків – 100.

Короткий огляд публікацій по темі. У 2007 році соціальні комунікації відділилися від філології й стали окремою наукою. Становлення нової науки зумовило появу великої кількості запитань та проблем, найважливіше з них – «яким чином проводити дослідження, щоб вони були саме соціальнокомунікаційними, а не, до прикладу, філологічними?» [9]. Методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій соціальних комунікацій є соціальнокомунікаційний підхід. Сміслом цього нового для науки підходу є фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу [9].

Соціальнокомунікаційний підхід у науці висуває вимогу щодо опису соціальнокомунікаційних методів досліджень. Це мають бути, у першу чергу, загальнонаукові методи, пристосовані до умов нової наукової галузі, так і спеціальні методи. Важливим спеціальним соціальнокомунікаційним методом є контент-аналіз, який вживається для «дослідження продуктів масового спілкування та розуміння того, які знання та конотації закладаються авторами в інформаційні продукти і яких результатів впливу на масову аудиторію можна очікувати» [8].

Контент-аналіз — це якісно-кількісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів. Предметом контент-аналізу можуть бути як проблеми соціальної дійсності, що висловлюються чи, навпаки, приховуються в документах, так і внутрішні закономірності самого об'єкта дослідження [4], [6, с. 4].

Головний теоретик контент-аналізу Г. Лассуелл вважав, що основний принцип контент-аналізу – розчленувати, певним чином анатомувати суцільний масив тексту так, щоб найдрібніша одиниця аналізу несли в собі властивості цілого, і на підставі переваги тих чи інших стверджень виявити тенденції розвитку

[2, с.113]. Одним із найважливіших етапів контент-аналізу є постановка вибірки. Зважаючи на те, що в багатьох випадках досліджувана сукупність документів є настільки великою, що не можна вивчати її всю, постає проблема вибору з цієї сукупності представників, аналіз яких дав би уявлення про всю сукупність документів [7, с. 14]. Для якісно-кількісного контент-аналізу також необхідно чітко визначити часові рамки дослідження та довести їхню репрезентативність для конкретного дослідження.

Попри прогностичний характер контент-аналізу цей метод є базовим спеціальним соціальнокомунікаційним методом у дослідженні інформаційного контенту. Ми використали цей метод, щоб визначити частоту використання маркерів, які позначають університет. Вибірка нашого дослідження – репрезентативна та випадкова, частота перегляду газети – щотижня, тобто кожен випуск. Часові рамки дослідження – 2017-2019 роки.

Щоб об'єктивно визначити кількість згадувань про університет, ми використали шість маркерів, які його характеризують: «університет», «інститут», «виш», «ВНЗ», «вуз» та «ЗВО», а також обрали для дослідження рубрики «Освіта» та «Наука» «Дзеркала тижня». Окреслимо основні лексичні відмінності понять «університет»/«інститут» і «виш»/«вуз».

Найголовнішою відмінністю між «університетом» та «інститутом» є те, що підготовка фахівців в університеті ведеться за різними профілями й об'єднує навчальні програми в різних областях знань, тоді як інституту досить здійснювати підготовку фахівців однієї спрямованості. Об'єктом нашого дослідження є університет та інститут як заклади, що надають освітні послуги.

Український мовознавець О. Пономарів говорить про походження аббревіатури «вуз» як про «вищий учбовий заклад, російський еквівалент аббревіатури виш», а «виш» – «скорочення слів «вища школа», бо школа буває початкова, середня й вища» [5]. У часи зближення мов виш замінено на російське слово вуз. Тепер виш посів належне йому місце в лексичному складі української мови» [5]. Аналогічної думки щодо етимології понять «виш» та «вуз» притримуються українські науковці М. Гуць, Я. Чорненький та С. Шевчук, які вважають, що аббревіатура «вуз» є ненормативною та утворилася внаслідок тривалої взаємодії української та російської мов, правильними аббревіатурами є «ВНЗ» або «виш» [3, с. 47], [10, с. 136], [11, с. 159]. Попри те, що етимологія слів є справою лінгвістики й не входить в сферу дослідження соціальних комунікацій, встановлення походження цих понять є важливим для чіткого розуміння тематики матеріалів про університет у журналістських текстах.

Результати та обговорення. Загальна кількість статей у тижневиках за 2017-2019 роки – 3700, із них статей, які формують тематичні групи про університет, – 112. Тож, кожного місяця у «Дзеркалі тижня» виходило 6 матеріалів про університет, а кожного випуску – 1,5 матеріала. Зважаючи на те, що середня кількість матеріалів в одному випуску 37, а рубрик – 8-13, можна зробити висновок, що тематика вищої освіти не є центральною у виданні.

Методом контент-аналізу ми також підраховали кількість уживаних маркерів у матеріалах тижневика «Дзеркало тижня» про університет за обраний період: «університет» – 412, «інститут» – 372, «ВНЗ» – 91, «виш» – 123, «вуз» – 39, «ЗВО» – 27. Підсумовуючи кількість маркерів загалом – 1064. За допомогою простих математичних підрахунків ми визначили, що середня кількість маркерів тематичних груп про університет за один випуск, округливши до цілого числа, – 10.

Проаналізувавши числову статистику, звернемо увагу й на лексичну складову вживання маркерів тематики про університет.

Смисловим прикладом вживання понять «університет» та «інститут» на сторінках тижневика є цитата із статті Лідії Суржик «(Не) прохідні»: «Коли мені сказали, що директор *Інституту* літератури (і академік-секретар відділення!) розіслав до всіх ректорів *університетів* офіційного листа з проханням підтримати на вчених радах кандидатуру М. Сулими (заступника директора інституту. – Л.С.), я просто не могла в це повірити, бо ж це прямий тиск і використання адміністративної влади». («(Не) прохідні», Лідія Суржик, №10, 2018). Тобто «інститут» – вузькопрофільний навчальний заклад, який займається радше науковою, ніж освітньою діяльністю й готує фахівців за одним напрямом, тоді як «університет» – багатoproфільний, різноплановий освітній заклад, який може об'єднувати кілька інститутів. До прикладу, «Кампанія про роль освіти для майбутнього, про престижність професійної освіти, про свідомий вибір *університету* і необхідність планування кар'єри» («Виховати спікерів, підтримати агентів і знайти бюджет на ТБ-рекламу», Оксана Онищенко, №43-44, 2017), «Нещодавно мені трапилося на очі інформація з журналу *Bostonia* (вересень 2017 р.), який випускає Бостонський *університет* (США). Там повідомлялося, що один з випускників цього *університету* (а нині, напевно, свідомий бізнесмен) Rajen Kilachand виділив університету 115 млн дол...» («Кому вигідна дискредитація НАНУ», Володимир Стрелко, №7, 2018), «У Київському державному педагогічному *інституті* Віра Миколаївна здобула професію тифлопедагог, вчитель шкіл сліпих і слабозорих» («Світ левеняти», Марина Пахомова, №11, 2018).

Ще одним значенням поняття «інститут» на сторінках видання є сукупність осіб, установ, які забезпечені певними матеріальними засобами й здійснюють конкретну соціальну функцію [12]. Яскравим прикладом вживання є цитати «...насправді, якщо довіри до спецрад немає, то єдиний вихід – ліквідувати їх як *інститут*» («Учені ступені без спецрад», Яків Хазан, №2, 2018), «*університет* як самостійна інституція має право на автономію» («Дорожня карта реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018).

Щодо ролі вживання аббревіатур «виш», «вуз» та «ВНЗ», робимо висновок, що ці поняття є синонімічними й не мають жодного лексичного відтінку стосовно одне одного, але відрізняються порівняно з «університетом» та «інститутом». Проаналізувавши матеріали освітньої та наукової тематики тижневика з'ясуємо, що «виш» несе в собі просторічну складову та використовується в матеріалах, що будуть цікаві

майбутнім абітурієнтам, студентству, і зменшує смислове навантаження тексту, наприклад, «Здається, у вступній кампанії все просто: склав ЗНО, приніс сертифікати до *вишу*, там тобі порахували конкурсний бал, і – вперед, іди змагайся з конкурентами» («Як зробити вступну кампанію ефективнішою», Оксана Онищенко, №20, 2017), «...школи й *виши* продукуватимуть не знання, а атестати й дипломи, а батьки платитимуть хабарі за «вступ» до *вишів* дітей» («Куди прямує система атестації наукових кадрів», Євген Ніколаєв, №6, 2018), «Додамо до цього впевнене зростання кількості випускників наших шкіл, що вступають до іноземних *вишів*» («Необдуманість чи зрада?»), Мирослав Бондар, №12, 2018).

Поняття «ВНЗ» є простим скороченням терміну «вищий навчальний заклад» й використовується з метою спрощення журналістського тексту та економії місця на газетній шпальті. «Законом визначається, скільки в складі агенції має бути представників від державних і недержавних *ВНЗ*, від академій наук, роботодавців. І ми вважаємо, що, приміром, державні *ВНЗ* делегують своїх штатних працівників – професорів, доцентів. Але насправді *ВНЗ* можуть висувати кого завгодно, бо законом цього не заборонено («Чотири мільярди на плагіат», Лідія Суржик, №20, 2017), «...ми звернулися до 20 експертів з питань вищої освіти, які працюють у провідних вищих навчальних закладах (*ВНЗ*), у т.ч. зарубіжних» («Дорожня карта реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018).

Однак, аналізуючи освітні матеріали видання, ми помітили, що «ВНЗ» часто вживається в негативному контексті, тобто разом із тими словами, які є маркерами відсутності чогось, негативних аспектів реформування вищої освіти, фінансових утисків та іншого. «*Натомість значна кількість ВНЗ досі ухляється* навіть від обов'язкової українськомовності свого академічного життя на користь іншої іноземної, а саме російської мови» («Реформування вищої освіти в Україні», Сергій Квіт, №37, 2017), «За новою редакцією, серед суб'єктів, які делегуватимуть своїх представників до конкурсної комісії, *немає жодного ВНЗ*. Тобто жоден університет України не буде представлений у конкурсній комісії» («Монстра не стало. Хай живе МОНстр!»), Лідія Суржик, №34, 2017), «Тоді впродовж двох років до всіх пунктів тестування спрямовували представників приймальних комісій *ВНЗ з інших регіонів, однак результати не покращилися*» («Тести ЗНО з усіх предметів були оптимальної складності, складною була лише фізика», Оксана Онищенко, №30-31, 2017).

На сторінках «Дзеркала тижня» ми виявили ще одну аббревіатуру, яка є рідковживаною в українських медіа, – ЗВО, тобто заклад вищої освіти. Відмітимо, що аббревіатура ЗВО є спільною назвою для університетів, інститутів, коледжів і використовується в матеріалах про вищу освіту, у яких йдеться про її загальні тенденції. До прикладу, «Наголошується на тому, що державні, приватні й комунальні *ЗВО* повинні мати рівні права та обов'язки», «...це також вказує на істотне падіння якості й вимогливості в багатьох вітчизняних *ЗВО*», «Причому ми не знаємо достеменно, з якою кількістю *ЗВО* маємо справу» («Дорожня карта

реформування вищої освіти України», Сергій Квіт, №10, 2018»). Про відтінок узагальнення в понятті «ЗВО» говорять прикметник «багато», іменник «кількість», однорідні прикметники та перелічувальна інтонація. Ми знайшли цю аббревіатуру тільки в одній статті, однак використана вона була 15 разів. Тож, зробимо висновок, що скорочення ЗВО використовується як узагальнююче поняття для окреслення закладів вищої освіти та вживається в тексті з метою уникнення повторів і смислового перевантаження журналістського матеріалу.

Крім частоти вживання маркерів поняття університету в журналістських текстах, для соціальних комунікацій є важливим і тематичне спрямування матеріалів, у нашому випадку, освітньої тематики. Проаналізувавши ці журналістські тексти, було виокремлено дві центральні теми рубрики «Освіти» та «Науки» в тижневику – реформування вищої освіти та автономія університетів. Крім названих тем, ми виділили ще такі: реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки, державне фінансування наукової та освітньої діяльності, кадрові проблеми в закладах вищої освіти, проблема знецінення вищої освіти в Україні, якість вищої освіти в Україні, атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів.

Опишемо кожну тематичну групу цитатами з матеріалів тижневика «Дзеркало тижня».

1. Автономія університету:

«Започаткована реформа вибудована довкола ідеї розширення *автономії університетів*» («Реформа медичної освіти – це критично важливо», Інна Совсун, Олександр Лінчевський, №16, 2018), «Університети фактично отримали *автономію* у створенні спецрад для захисту дисертацій» («Позбутися ролі контролера», Андрій Шевцов, №5, 2018), «Українські державні університети...не мають можливості перебрати на себе відповідальність за власну якість, що передбачає *університетська автономія*» («Олег Шаров: „При вступі буде більше математики, фізики, хімії та іноземної мови“»), Оксана Онищенко, №39, 2017);

2. Реформування вищої освіти:

«Багато розмов ведеться про *інтеграцію університетської науки з академічною, з освітою*. Але для того, щоб наука поселилася в університетах, потрібно, крім іншого, звільнити науковців від надмірного викладацького навантаження» («Джордж Гамота: „Насамперед потрібно визначитися з інфраструктурою науки в Україні“»), Лідія Суржик, №15, 2018), «Закон „Про вищу освіту“ закладає передумови для таких змін...що означає ліквідацію кількох етапів розгляду дисертації» («Куди прямує система атестації наукових кадрів?», Євген Ніколаєв, №6, 2018), «Чому релігійні організації в Україні масово відкривають загальноосвітні школи та університети?» («Новації чи профанації?»), Валерій Мазур, №42, 2017), «*Адже розвиток системи вищої освіти – це насамперед реформування самих університетів*. Вітчизняні ВНЗ поки що не можуть посідати лідерські позиції в глобальних університетських рейтингах» («Реформування вищої освіти в Україні», Сергій Квіт, №37, 2017), «*А вони не*

мени реформаторські й передбачають серйозні тектонічні процеси та колізії на розлогому материкі нашої вищої школи» («Монстра не стало. Хай живе МОНстр!»), Лідія Суржик, №34, 2017);

3. Реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО):

«Близько 280 тис. осіб зголосилися нинішнього року випробувати свої сили та пройти державну підсумкову атестацію, аби потрапити до омріяного ВНЗ» («Проходження ЗНО-2018: обізнаний – отже, озброєний», Наталя Ковалко, №13, 2018), «Цього року, на відміну від попереднього, Міністерство освіти і науки чітко вказало вишам, *сертифікати ЗНО* з яких предметів потрібно вимагати від абітурієнта при вступі на кожну спеціальність» («Олег Шаров: „При вступі буде більше математики, фізики, хімії та іноземної мови“», Оксана Онищенко, №39, 2017);

4. Міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки:

«...здобувала університетську освіту і робила перші кроки в науці у Києві, а стала відомим у своєму науковому напрямі *вченим у Швеції*» («Лариса Густавсон: „Наука – це інтернаціональне середовище. Не важливо, звідки ти, важливо, що ти робиш“», Ірина Ніколайчук, №3, 2018);

5. Державне фінансування наукової та освітньої діяльності:

«Люди змушені з власної кишені витратити гроші на поїздки або ж їздити у відрадження за рахунок університету чи наукової установи» («Джордж Гамота: «Насамперед потрібно визначитися з інфраструктурою науки в Україні», Лідія Сужик, №15, 2018), «Вишівський стиль проведення наукових досліджень має низку негативних аспектів. Найпоширеніший серед них — підміна оригінальних наукових досліджень методичними роботами» («Яку науку має фінансувати держава?», Володимир Єрмаков, №3, 2018);

6. Кадрові проблеми в закладах вищої освіти:

«Основною причиною *відпливу з наукових установ* є низький рівень оплати праці» («Руйнація української науки як наслідок кланово-олігархічного ладу», Тетяна Богдан, №13, 2018), «В НАН є кілька моновідділень. Фактично це відділення, представлені одним інститутом (так склалося історично) — інформатики; ядерної фізики і енергетики та ін., які „грають“ від імені свого інституту, і на виборах проходять насамперед „свої“» («(Не)прохідні», Лідія Сужик, №10);

7. Проблема знецінення вищої освіти в Україні

«Якщо в країні не функціонує економіка й немає попиту на освіту, а є тільки попит на документ про неї, то школи й виші продукуватимуть не знання, а атестати й дипломи, а батьки платитимуть хабарі за

„вступ“ до вишів дітей, які ні за своїми знаннями, ні за своїми здібностями не в змозі навчатися в університеті» («А чи потрібна така спецрада?», Яків Хазан, №6, 2018), «У нас слабкі абітурієнти, слабкі медичні університети і слабкий викладацький склад» («Компромісів не буде», Оксана Онищенко, №27);

8. Якість вищої освіти в Україні:

«Що ж буде, коли окремі університети покажуть погані результати? Формально, за *якість освіти в університеті* відповідає ректор, що записано у його/її контракті, невиконання якого є підставою для звільнення», «Але це за умови, що впродовж певного часу *якість національних іспитів підвищиться* і зникнуть відмінності в результатах національних та міжнародних іспитів» («Реформа медичної освіти — це критично важливо», Інна Совсун, Олександр Лінчевський, №16, 2018);

9. Атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів:

«Учені ступені без спецрад», («Як поліпшити якість дисертацій, що захищаються», Яків Хазан, №2, 2018), «*Академічна недоброчесність*, очевидно, буйно квітне й на етапах, які передують засіданням атестаційних колегій. Адже, перш ніж дисертація потрапить на затвердження в МОН, її результати публікуються в наукових журналах, дисертаційні роботи розглядаються в експертних радах» («Атестаційна трагікомедія», Лідія Суржик, №1, 2018), «Хоч як це прикро, *неподобства з присудженням наукових ступенів псевдовченим* відбуваються майже на кожній колегії МОН» («Про „мертві душі“ та липові дисертації», Світлана Арбузова, №1, 2018).

Висновок. Проаналізувавши матеріали видання «Дзеркало тижня», ми визначили загальну кількість статей, які характеризують університет, та окреслили тематичне спрямування журналістських текстів. Було виявлено, що статей, у яких розкривається тематика університету за обраний період – 112 або півтори статті у кожному випуску. Тобто тематика вищої освіти не є провідною в тижневику.

Крім того, було окреслено тематичні групи матеріалів про університет, виділено дев'ять основних напрямків: автономія університету, реформування вищої освіти, реформування та проходження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), міжнародне співробітництво в галузі освіти та науки, державне фінансування наукової та освітньої діяльності, кадрові проблеми в закладах вищої освіти, проблема знецінення вищої освіти в Україні, якість вищої освіти в Україні, атестація наукових кадрів та система здобуття наукових ступенів. При цьому основними темами залишається автономія університету та реформування вищої освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дослідження професійних стандартів. Інститут масової інформації. – Доступ [26/04/19]. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-profesijnyh-standartiv>.
2. Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. N.Y.: Peter Smith.
3. Гуць М. В. Українська мова в професійному спілкуванні: підручник / М. В. Гуць, І. Г. Олійник. – К.: Міжнародна агенція «BeeZone», 2004. – 336 с.
4. Іванов В. Ф. Формалізовані методи вивчення мас-медіа / Електронна бібліотека Інституту журналістики. – 2014. – Доступ [26/04/19]. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1283>.
5. Пономарів О. Д. Слова «учбовий» немає в українській мові / Блог професора Пономарева BBC. – 2010. – Доступ [26/04/19]. URL: <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/ponomarov/2010/08>.

6. Різун В. В. Історія досліджень медіавпливів / В. В. Різун, В. Ф. Іванов // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. – 2013. – Вип. 1(20): Журналістика. – С. 4-6.
7. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістико-знавстві: навч. посібник. – 2-е вид., перероб. і доп. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К.: Преса України, 2008. – 144 с.
8. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 2. – С. 7-11.
9. Різун В. В. Соціальнокомунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії / Електронна бібліотека Інституту журналістики. – 2014. – Доступ [26/04/19]. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid. Pdf.
10. Чорненко Я. Я. Ділова українська мова: підручник / Я. Я. Чорненко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 304 с.
11. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням: підручник / С. В. Шевчук, І. В. Клименко. – К.: Алєрта, 2010. – 696 с.
12. Що таке «соціальний інститут»? Які функції виконують соціальні інститути? / Навчальні матеріали онлайн. — Доступ [26/04/19]. URL: http://pidruchniki.com/15970122/sotsiologiya/scho_take_sotsialniy_institut_yaki_funktsiyi_vikonuyut_sotsialni_instituti.

REFERENCES

1. Doslidzhennia profesiinykh standartiv. Instytut masovoi informatsii [Research of professional standards]. Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/doslidzhennya-profesijnyh-standartiv>.
2. Lasswell, H. (1927). Propaganda Technique in the World War. Peter Smith: N.Y.
3. Huts, M. (2004). Ukrainska mova v profesiinomu pilkuvanni: pidruchnyk [Ukrainian language in professional communication: textbook]. Kyiv: Mizhnarodna ahentsiia «VeeZone».
4. Ivanov, V. (2003). Formalizovani metody vyvchennia mas-media [Formalized methods of mass media studies]. Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky. Retrieved from <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1283>.
5. Ponomariv, O. (2010). Slova «uchbovyi» nemaie v ukrainskii movi [The words "educational" are not in the Ukrainian language]. Bloh profesora Ponomareva BBC. Retrieved from <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/ponomariv/2010/08>.
6. Rizun, V. (2013). Istoriiia doslidzhen mediavplyviv [History of media impact research]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. T. Shevchenka*, 1(20), 4-6.
7. Rizun, V. (2008). Metody naukovykh doslidzhen u zhurnalistykoznavstvi: navch. Posibnyk [Methods of scientific research in journalism: a manual]. Kyiv: Presa Ukrainy.
8. Rizun, V. (2011). Nacherky do metodolohii doslidzhen sotsialnykh komunikatsii [Sketches for the methodology of research on social communications]. *Svit sotsialnykh komunikatsii*, 2, 7-11.
9. Rizun, V. (2014). Sotsialnokomunikatsiinyi pidkhid u nauku ta haluzi sotsialnoi inzhenerii [Social Communication Approach in Science and Social Engineering]. *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky*. Retrieved from http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid. Pdf.
10. Chornenkyi, Ya. (2004). Dilova ukrainska mova: pidruchnyk [Ukrainian business language: a textbook]. Kyiv: Tsentri navchalnoi literatury.
11. Shevchuk, S. (2010). Ukrainska mova za profesiinym spriamuvanniam: pidruchnyk [Ukrainian language for professional orientation: textbook]. Kyiv: Alerta.
12. Shcho take «sotsialnyi instytut»? Yaki funktsii vykonuiut sotsialni instytuty? [What is a "social institution"? What are the functions of social institutions?] *Navchalni materialy online*. Retrieved from http://pidruchniki.com/15970122/sotsiologiya/scho_take_sotsialniy_institut_yaki_funktsiyi_vikonuyut_sotsialni_instituti

Thematic analysis of materials "Mirror of the week" about the university: social communication approach

A. V. Volyk

Abstract. The article briefly outlines the essence of the social communication approach and the research methods used in it, identifies markers that reveal the subject of journalistic materials about the university, the content analysis method determines the total number of these markers on the pages of the publication and, as a conclusion, the thematic description of the materials about the university is formed The weekly "Mirror of the Week". It is determined that university autonomy, higher education reform and external independent evaluation are the most common topics for articles about the university.

Keywords: university, social communications, social communication approach, research methodology, content analysis.

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

The journal is published by the support of
Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában.
1022 Budapest, Balogvár u. 1.
www.rcontact.hu