

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА
ФАКУЛЬТЕТ СУСПІЛЬНИХ НАУК І МІЖНАРОДНИХ
ВІДНОСИН

ДНІПРОВСЬКА МІСЬКА РАДА
ДЕПАРТАМЕНТ З ПИТАНЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ,
ВНУТРІШНЬОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

СОЦІОЛОГІЧНА АСОЦІАЦІЯ УКРАЇНИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКЕ ОБЛАСНЕ ВІДДІЛЕННЯ

ГО «СПІЛКА ВИБОРЦІВ МІСТА ДНІПРА»

ГО «ІНСТИТУТ ДОСЛІДЖЕНЬ ГРОМАДЯНСЬКОГО
СУСПІЛЬСТВА»

ЗБІРКА МАТЕРІАЛІВ

III Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»
(м. Дніпро, 20 квітня 2018 р.)

УДК 304.3(477)(082)

ББК 71.4(4Укр)я43

3 41

341 Збірка матеріалів III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку» (м. Дніпро, 25 квітня 2018 р.) / відп. за випуск, професор В. В. Кривошеїн. – Дніпро: 2018. – 344 с.

ISBN 978-699-25575-93-4

Подані матеріали (тези доповідей, статті) III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку», яка відбулася 20 квітня 2018 р. у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара.

Для всіх, хто цікавиться проблемами дослідження міського простору та способу життя.

УДК 304.3(477)(082)

ББК 71.4(4Укр)я43

ISBN 978-699-25575-93-4

© Дніпровський національний
університет імені Олеся Гончара, 2018

Вітальне слово проректора Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, професора В. В. Іваненка

Шановні учасники III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»!

Наш університет вже вкотре приймає фахівців різних наукових напрямів для обговорення актуальних питань урбаністики. З цією метою до нас на конференцію приїхали фахівці з соціологічних, історичних, політичних, філософських та інших наук, громадського сектору та суспільної практики з різних куточків України – Києва, Харкова, Запоріжжя, Одеси, Івано-Франківська, Вінниці, Миколаєва, Острога, Кривого Рогу, Кам'янського.

Приємно відзначити, що сьогоднішня конференція проходить в рік святкування славетного ювілею – 100-річчя від часу заснування Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, який є визнаним лідером науки і освіти не лише в Придніпровському регіоні, а й авторитетним закладом вищої класичної освіти в Україні та світі. Не випадково, що саме наш університет ініціював проведення конференції, присвяченої висвітленню проблем історичної урбаністики, соціальної та історичної пам'яті у просторі міста, іміджу та маркетингу міста, процесів структурування міського простору, стратегії розвитку сучасних міст, соціальних конфліктів та ризиків сучасних міст, міської партисипаторної культури та багато інших актуальних питань розвитку міського середовища. Науковцями університету накопичений значний теоретичний і практичний матеріал з означеної проблематики, які, сподіваюсь, стануть предметом наукової апробації та трансформації у пакет конкретних рекомендацій для вдосконалення управління та організації міським середовищем.

Конференція проводиться в доленосний період

становлення молодого Української держави, в умовах надсерйозних внутрішніх та зовнішніх викликів. Споконвічно міста були рушіями економічного зростання, центрами соціальної інтеграції, технічного, духовного та культурного поступу. Сьогодні міста є просторовою формою організації гармонійного співіснування доквілля, суспільства та особистості. При цьому сучасні демографічні тенденції засвідчують, що частка міського населення збільшується, а сільського, відповідно, – зменшується. Тож майбутнє України та її громадян залежить головним чином від розвитку українських міст. Від початку свого створення міста знаходилися під впливом великої кількості культурних, соціальних, політичних, екологічних і економічних чинників, які сьогодні посилюються процесами глобалізації, масової внутрішньої та зовнішньої міграції, активізації суспільних протестних рухів та демократизації політичного життя, стрімкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій і медіа. Дедалі частіше для розуміння ситуації в місті, реагування на ті чи інші процеси необхідне вироблення комплексних міждисциплінарних знань про місто.

Вірю, що науково-практичний характер конференції дозволить надати новій динаміки у пошуку відповідей на численні актуальні проблеми розвитку міст у сучасній Україні. Впевнений, що використання наукових досягнень в царині урбаністичних досліджень буде сприяти зниженню соціальної напруги в регіонах, запобіганню техногенних катастроф, блокуванню ризикових ситуацій, оптимізації соціальних систем та вдосконалення управлінських зусиль.

Тож плідної вам роботи, цікавих дискусій, нових перспективних ідей в осмисленні та практичних розв'язань назрілих завдань урбаністичного поступу нашої країни.

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

**Дніпровський національний університет імені
Олеся Гончара – центр урбаністичних студій у
Придніпровському регіоні.**

Іваненко Валентин Васильович, проректор
з науково-педагогічної роботи у сфері гуманітарної
освіти та виховання молоді Дніпровського
національного університету імені Олеся Гончара,
доктор історичних наук, професор, заслужений діяч
науки і техніки України.

З огляду на сучасний стан урбаністика характеризується як зріла (у кунівському розумінні) наукова дисципліна, яка утворилася внаслідок міждисциплінарного синтезу в межах соціально-гуманітарних наук. Разом з цим, незважаючи на явні позитивні тенденції, ще не до кінця відбувся процес її інституціоналізації в освітньо-науковому просторі, оскільки і дотепер продовжується традиційний дисциплінарний поділ при вивченні міської проблематики.

Основою урбаністики є соціологічні дослідження міста (міські дослідження, urban studies), предмет яких пов'язаний безпосередньо з тим чи іншим містом. Як відзначає А.В. Демичева, проблемне поле, на яких може бути сфокусована прикладна соціологія міста і, відповідно, розгорнута мережа емпіричних міських досліджень, містить такі напрямки:

- вивчення територіального ракурсу міста. Специфіка території мотивує вибір місця проживання, ставлення до даної території, може обумовлювати тип поведінки городян, слугувати підставою для прийняття управлінських рішень щодо забудови певної території. Отже, досліджуючи територію, соціолог повинен звернути увагу на її історичну, екологічну, демографічну складову, виявляючи соціальні чинники та наслідки певних процесів, аналізуючи

специфічні тенденції у порівнянні із загальноміськими (регіональними, національними);

- розгляд соціально-економічної інфраструктуру міста. Домінуючий тип виробництва та його стан може формувати обличчя міста (індустріальний, рекреаційний, фінансовий тощо), породжувати цілу низку соціальних проблем (демографічну, екологічну та ін.), сприяти / заважати розвитку міста в цілому;

- дослідження зонування в місті, вивчення полярних просторів (центр / периферія, елітні / депресивні райони тощо);

- опис символічного простору міста, зокрема, архітектурних об'єктів (у т.ч. місць пам'яті) та їх впливу на внутрішній стан городян, їхню поведінку, самопочуття у місті [1, с. 150].

Останніми роками вчені-соціологи Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара розпочали цілеспрямовано займатися урбаністичними студіями, проводити емпіричні дослідження на замовлення міської влади. Так, на замовлення Дніпропетровської міської ради у 2014 р. кафедра соціології виконувала дві науково-дослідні роботи (НДР).

Перша НДР на тему «Оцінка ефективності виконання «Стратегічного плану розвитку міста Дніпропетровська до 2020 року»» виконувалася в два етапи. На першому етапі проводилося вибіркоче соціологічне дослідження городян з приводу їхньої оцінки ефективності виконання «Стратегічного плану розвитку міста Дніпропетровська до 2020 року». На другому етапі було проведено експертне соціологічне дослідження серед суб'єктів підприємницької діяльності щодо ефективності виконання «Стратегічного плану розвитку міста Дніпропетровська до 2020 року». До дослідження, яке проводилося із застосуванням методу напівформалізованого інтерв'ю, було залучено представники малого та середнього бізнесу, які здійснюють підприємницьку діяльність у м. Дніпропетровськ.

Друга НДР на тему «Оцінка ступеня поінформованості мешканців м. Дніпропетровськ про основні положення виборчого законодавства і особливості реалізації виборчих прав на місцевих виборах на виконання Програми правової освіти населення міста Дніпропетровська на 2011-2015 роки» передбачала проведення вибіркового соціологічного дослідження із застосуванням методу формалізованого роздаткового анкетування. За результатами цього дослідження були розроблені практичні рекомендації щодо підвищення рівня правової освіти мешканців м. Дніпропетровська [2, с. 40-42].

Долучилися співробітники університету і до вивчення змін сприйняття міського ландшафту після буремних подій, що відбулися взимку 2013-2014 рр. Так, у 2015 р. було проведено вибірконе соціологічне дослідження на тему «Технічні умови архітектурно-планувальної концепції громадського простору з метою вшанування загиблих під час революції гідності».

З метою апробації накопиченого соціологами університету значного теоретичного і прикладного матеріалу було ініційовано організувати майданчики для обговорення ключових проблем урбаністики. Так, у квітні 2001 р. на базі університету при підтримці міської влади було проведено Міжнародну науково-практичну конференцію «Соціологія міста: наукові проблеми та соціальні технології», яка зібрала науковців з різних куточків світу як ближчого, так і далекого зарубіжжя. Продовжуючи цю традицію, у квітні 2011 р. в рамках святкування 20-річчя кафедри соціології був проведений Міжрегіональний круглий стіл «Місто і його мешканці в контексті сучасних соціальних реалій». Враховуючи значний науковий потенціал у дослідженні міської проблематики, кафедрою соціології була започаткована традиція проводити кожні два роки навесні науково-практичну конференцію «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку». Перший такий науковий

форум був проведений у квітні 2014 р., другий – у березні 2016 р. Цьогорічна конференція остаточно закріпила статус Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара як визнаного центру урбаністичних студій у Придніпровському регіоні.

Література:

1. Демичева А.В. Перспективи міських досліджень: можливі напрямки та практика проведення // Грані. – 2013. – № 8 (100). – С. 149-155.

2. Кафедра соціології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара: історія і сьогодення / відп. за випуск, проф. В. В. Кривошеїн. – Д.: Видавництво «Грані», 2016. – 100 с.

Соціальна перцепція та апперцепція міста

Лепський Максим Анатолійович, декан
факультету соціології та управління Запорізького
національного університету, доктор філософських наук,
професор.

У дослідженні міста існує багато вимірів. Особливим простором у дослідженні міста є культура повсякденності та її динамічний вимір сприйняття міста, його перцепції та апперцепції. Введення концептів перцепція та апперцепція пов'язано з Г. Лейбніцем, ідеї якого вплинули на І. Канта і на класичну німецьку філософію в цілому, на феноменологію Е. Гуссерля та його послідовників, на соціологічні дослідження Г. Зіммеля, на психологічні роботи В. Вундта та теорію установок Д. Узнадзе, на ідеї Ж. Делеза, останні лекції якого взагалі були присвячені Г. Лейбніцу.

Найбільш суттєвими серед введених концептів Г. Лейбніца відносно нашої теми є смисли про розрізнення «сприйняття – перцепції, яке є внутрішнім станом монади, що відтворює зовнішні речі та апперцепції – свідомістю, або рефлексивним пізнанням цього внутрішнього стану, який даний не всім душам, та й однієї тієї ж душі не буває»

[3, с.406]. При цьому аперцепція виступає як усвідомлення (*s'apercevoir*), так і здатність духу співставляти сприйняття з власними ідеями. «Мислення часто означає діяльність духа над його власними ідеями, коли він активний та розглядає яку-небудь річ з деяким ступенем довільності уваги, у тому ж що має назву сприйняття, дух буває звичайно чисто пасивним та не може не сприймати те, що він дійсно сприймає» [4, с. 133]. Увага є важливим процесом відбиття сприйняття. У свою чергу, сприйняття залежить від того, що Лейбніц (пізніше і Е. Гуссерль) визначив як ретенцію, утримання (*retention*), здатність духа, за допомогою якої він просувається далі у пізнанні речей. Утримання зберігає знання, що було отримано за допомогою чуттів або рефлексії. Ретенція відбивається у двох процесах: перший – це дійсне зберігання тих, що мають у наявності ідей і це має назву споглядання; другий – це здатність оживлення їх перед духом – пам'ять.

Він наводить метафору розуму Локка (Лейбніц дещо скоректував її смисл) як темної кімнати, у яку через отвори (чуття) проникають зображення зовнішніх видимих предметів, які залишають у якомусь порядку задля знаходження у випадку необхідності. Це полотно не є рівним а має складки (вродженні знання). «Крім того, це полотно або ця мембрана, будучи натягнутою, повинна мати щось на кшталт пружності або сили дії та навіть активністю або реактивністю, що пристосована як до минулого, так і до нових складок, що отримані унаслідок вражень від зображень [4, с. 144].

До речі, концепт «складки» у теорії Ж. Делеза набуває теоретично значущого у сприйнятті міста, архітектури та ідеї бароко. «Основна риса бароко – спрямована до нескінченності складка. І, перш за все, бароко їх диференціює відповідно до двох напрямів, двох нескінченностей, – як якщо у нескінченності були б два поверхи: складки матерії і згини в душі» [1, с. 7]. «Що дано – то в граничному випадку завжди можна було б назвати

потокі. Потіки дані, а творіння полягає в розрізуванні, організації, з'єднанні потоків так, щоб навколо відомих сингулярностей, витягнутих з потоків, вимальовувалося або створювалося творіння» [2, с. 15-16].

На мій погляд, розмежування перцепції та апперцепції на відміну від барокко має вже не два поверхи, а у світоглядному вимірі поверхи світовідчуття з емоційно-чуттєвим виміром, світосприйняття образно-наочним, у якому живі образи нібито сходинами до нового поверху переходять в уявлення за допомогою пам'яті та якщо використовувати лейбніцівські (а потім гуссерлівські) концепти в ретенції, і лише тоді досягають поверху світорозуміння з думками, ідеями, концептами судженнями, тощо. Але поверхи світорозуміння вже мають розгалуження багатоповерхівки (концептуальної урбаністики) та навіть хмарочоса, у багатоманітності світів об'єктивного, суб'єктивного, об'єктивованого (інституційного) та суб'єктивованого (цей світ вже має додатковий поверх – дигіталізованої віртуальності).

Сприйняття міста може мати як перцептивні, так і апперцептивні оптики та завдання. Якщо визначати це у сучасному світогляді з його дискримінацією раціональних моделей, що пов'язано з зниженням критичності мислення, стиснення світорозуміння, використовується у соціальних, медійно-комунікативних, маркетингових та рекламних технологіях. В цих технологіях спрямованість відбувається на світовідчуття та світосприйняття, на емоційно-чуттєву та наочно-образну складові світогляду.

Місто є простором емоційно-чуттєвих та образних фреймів. Ці фрейми об'єднуються у системи соціальні взаємодії та поведінки, задають їх рамки, границі та простори як систему взаємовідносин.

Перцепції чуттєві та образні стають основою для апперцепції, яка у думках, ідеях, судженнях та концептах зв'язує сингулярність соціальних відносин людей, їх потоки світорозуміння, яке так часто дискримінується уявними

або спотвореними інститутами влади, власності, якщо мають аттракцію жадоби до влади (концепт К. Хорні) або статусну компенсацію людяності. Апперцепція інститутів розвитку навпаки є чутливими до образів людяності, до захисту від спустошення (концепт К. Лоренца) та занепаду простору відбиття міста, взаємодії людей у місті.

Розгляд перцепції та апперцепції міста дозволяє у нашій науковій розвідки зробити такі висновки: По-перше, аналітична структура перцепція-увага-ретенція-апперцепція має високу евристичність у дослідженні сприйнятті міста колективного, індивідуального соціального та особистого у єдності емоційного, образного та осмисленого. По-друге, концепти перцепції та апперцепції надають можливість розглядати світоглядні основи перспективи міста, у єдності або роз'єднаності, домінації або дискримінації емоційно-чуттєвого, образного або осмисленого. По-третє, перцепції міста формують образи та карти каналів сприйняття міста, дистанцій бар'єрів, фонів, фігур, границь, що стають контурами соціальних відносин та зв'язків, усталених та закономірних, випадкових та несподіваних. По-четверте апперцепція надає картини світу як систему орієнтації, перцепція доповнює закономірності дивом, концептами зв'язання, смислів, складок несвідомого та несподіваного у творчості, точок зборки потоків у цілісність події. По-п'яте, єдність перцепції та апперцепції визначає мислення людини у соціальній взаємодії у просторі міста.

Ці попередні пошукові висновки відтворюють, на наш погляд, цікавий та захоплюючий увагу дослідження простір та час взаємодії у життєвому світі міста, його сприйняття та осмислення.

Література:

1. Делёз Ж. Складка. Лейбниц и барокко: пер. с франц. Б. М. Скуратова / общ. ред. и послесл. В.А. Подороги. – М.: Издательство «Логос», 1997. – 264 с.
2. Делёз Ж. Лекции о Лейбнице. 1980, 1986/87. – М.: Ад Маргинем

Пресс, 2015. – 376 с.

3. Лейбниц Г.-В. Монадология // Сочинения: в 4 т. – Т. 1. – М.: Мысль, 1982. – С. 413-429.

4. Лейбниц Г.-В. Новый опыт о человеческом разумении автора системы предустановленной гармонии // Сочинения: в 4 т. – Т. 2. – М.: Мысль, 1983. – С. 70-545.

Міська ідентичність у (пост)сучасному суспільстві
Мусієздов Олексій Олександрович, професор
кафедри соціології Харківського національного
університету імені В.Н. Каразіна,
доктор соціологічних наук, доцент.

Осмилення феномену міської ідентичності здійснюється в межах різних тематичних та дисциплінарних контекстів. Суто соціологічні спроби вивчення міської ідентичності багато в чому успадковують вихідні принципи суміжних дисциплін у дослідженні цього питання, через що основна увага приділяється одним її проявам на шкоду іншим. При цьому слідування загально визнаному підходу до концептуалізації ідентичності не може вважатися задовільним у випадку міської ідентичності. По-перше, внаслідок того, що міська спільнота сама по собі не відрізняється єдністю норм, цінностей, уявлень, а отже, не має однозначної основи для ідентифікації. По-друге, через те, що умови постсучасного суспільства істотно позначаються на формуванні та функціонуванні міської ідентичності: місто стає не стільки місцем індивідів, які у взаємодії виробляють спільний «міський спосіб життя», скільки сукупністю індивідуалізованих «незнайомців», які надають перевагу життю в автономних мережах однодумців, аніж спілкуванню з іншими, і формують ставлення до міста багато в чому на підставі медіаобразів.

Класичні соціологічні теорії демонструють два основні підходи до розгляду міської ідентичності. Так, М. Вебер наголошував на тому, що у місті витворюється новий

тип спільноти, який характеризується зменшенням ролі традиційних етнічних, релігійних, станових тощо солідарностей. Відповідно, наявність міської спільноти, яка усвідомлює власну специфіку, є необхідним чинником існування міста як такого. З іншого боку, Г. Зіммель інтерпретує місто як середовище не взаємодії, а співіснування культурно різнорідних індивідів, які витворюють психологічні бар'єри сприйняття у відповідь на перенасиченість міського життя інформаційними, емоційними й іншими подразниками.

За результатами аналізу розвитку соціології міста та суміжних дисциплін можна зробити висновок, що попри те, що веберівська логіка час від часу відтворюється у роботах як окремих соціологів, так і, переважно, урбаністів та міських активістів, саме зіммелівський підхід був сприйнятий чиказькою соціологічною школою й згодом став загально визнаним у соціології міста. Згідно з цим підходом, відсутність у міських мешканців спільної традиції стає на заваді існуванню спільної ідентичності (Л. Вірт).

Концептуалізувати феномен міської ідентичності в постсучасному суспільстві доцільно із залученням досвіду досліджень міської ідентичності (Л. Вірт, Ф. Знанецкі, Е. Релф, І-Фу Туан, Г. Прошанські, Г. Бріквелл, Е. Пол, Д. Хаммон, М. Левицька, К. Твіггер-Росс, Д. Узелл, М. Лаллі), досліджень спільнот (Г. Саттлс, М. Яновіц, Г. Ганс, К. Фішер, Р. Сеннет, Б. Веллман, Б. Лейтон), постсучасного суспільства (М. Кастельс, Дж. Уррі, З. Бауман, Ф. Джеймисон, М. Маффесолі, К. Касторіадіс), постсучасного міста (М. Кастельс, Р. Сеннет, С. Сассен, Ш. Зукін, Е. Соджа, М. Девіс, М. Дір, С. Фласті, Р. Флорида), а також концепцій ідентичності М. Кастельса, Б. Андерсона, А. Аппадурі.

На основі аналізу зазначених концепцій визначено, що формування та відтворення міської ідентичності в умовах постсучасного суспільства зумовлюється такими

процесами:

– включеністю міста у глобальний контекст, у мережі економічних, культурних, інформаційних та ін. зв'язків, які охоплюють суспільство у світовому масштабі. Різний рівень зв'язку людей та груп з глобальним «простором потоків» формує нові нерівності, зокрема між тими, хто має можливість подолати обмеженість конкретного місця, й тими, хто вимушений залишатися «локальним»;

– розвитком інформаційних та комунікаційних технологій, які підвищують значення культурного (символічного) чинника у функціонуванні суспільства та дають змогу вибудовувати ідентифікаційні практики на основі уявлень: формувати та розповсюджувати бажані образи міста, міського жителя та міської поведінки; мати уявлення про міста, у яких ніколи не бував; репрезентувати й управляти власною міською ідентичністю тощо;

– у нових суспільних умовах ідентичність багато в чому стає предметом вибору і більш-менш свідомого конструювання, що потребує певної культурної компетенції щодо того, які ідентичності існують, чим характеризуються і чим відрізняються;

– постсучасне суспільство втрачає територіальну визначеність і постає сукупністю різною мірою пов'язаних з територією спільнот. Сама територія визначається смислами, які приписуються їй, а фрагментація спільнот ускладнює спільну інтерпретацію ними території. Територіальний зв'язок у постсучасному суспільстві значною мірою конструюється за рахунок «уявлення» території.

Ці процеси зумовлюють необхідність перегляду традиційного підходу до інтерпретації міської спільноти та міської ідентичності. Запропонований підхід до аналізу міської ідентичності враховує умови постсучасного суспільства і базується на розгляді міської спільноти як «уявленої» (Б. Андерсон): існування міської спільноти

ґрунтується на уявленнях про місто, з яким асоціюється спільнота, тобто у випадку міської ідентичності ідентитетом є не спільнота, а місто.

Водночас уявлення про місто є різними у різних міських груп, відтак результатом конструювання міської ідентичності різними суб'єктами та з різною метою є існування різних варіантів міської ідентичності того самого міста, які змістовно відрізняються одне від одного (й можуть відзначатися певним конфліктним потенціалом).

Емпіричне дослідження «Міська ідентичність у (пост) сучасному суспільстві (приклад Харкова та Львова)», проведене у 2014 році за підтримки фондів Канадського інституту українських студій Альбертського університету, Едмонтон, Канада (Меморіального фонду імені Миколи Кліда), загалом підтверджує цей висновок. Так, результати п'яти фокус-групових інтерв'ю у досліджуваних містах дають змогу стверджувати, що міська ідентичність груп, які за своїми характеристиками різною мірою пов'язані з містом як локальним утворенням («космополітичні» та «локальні»), змістовно відрізняється – тобто групи по-різному інтерпретують свій зв'язок із містом.

Стійке місто як модель розвитку міст майбутнього

Висоцька Ольга Євгенівна, завідувач кафедри філософії КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти», доктор філософських наук, доцент.

В умовах перенавантаження міста створення пов'язаних з цим багатьох проблем (скупченість населення, високий рівень забруднення повітря, води, ґрунту, погіршення здоров'я людей) все більше значення набуває моделювання та планування територіальної інфраструктури на засадах сталого (стійкого) розвитку. Поняття «стійкий розвиток територій» передбачає «забезпечення безпечних та сприятливих умов життєдіяльності людини у процесі

містобудування» [1, с. 348] із обмеженням негативного впливу на довкілля.

Похідним від поняття «стійка територія» є поняття «стійке місто» – місто, в якому досягнення у суспільному, економічному та фізичному розвитку залишаються усталеними. Це поняття розроблене в «Хартії міст Європи за сталий розвиток» (Ольборгська хартія, Данія, 27 травня, 1994 р.). Основною метою цієї хартії є «вироблення єдиної стратегії розвитку європейських міст на засадах забезпечення безпеки та високої якості життя при збереженні природного середовища, ресурсного потенціалу та екозбалансованого розвитку економічної та суспільної сфер діяльності місцевих громад» [3, с. 56].

Стойке місто – це місто, спроектоване з урахуванням впливу на навколишнє середовище, що передбачає мінімізацію споживання енергії, води і продуктів харчування, а також виключення нерозумного виділення тепла, забруднення повітря та води [2, с. 195].

Стойкі міста формуються шляхом застосування різних методів, а саме: створення сільськогосподарських структур в межах міста (землеробські ділянки, вертикальні сільськогосподарські будівлі); використання відновлюваних джерел енергії (вітрогенераторів, сонячних батарей або біогазу); використання природних систем вентиляції та інших засобів зниження необхідності кондиціонування повітря (колірне освітлення поверхні будинків, збільшення водних об'єктів та зелених зон); покращення громадського транспорту і збільшення пішохідних зон [4, р. 238].

Найбільш розповсюджені архітектурні та технологічні рішення містобудування: низькоенергетичні будинки; транспорт з нульовим рівнем викидів; енергозберігаючі системи.

Виділяють такі різновиди будинків у межах стійкого міста:

Низькоенергетичний будинок (або будинок низького споживання енергії) – будинок з низьким споживанням енергії в порівнянні зі стандартним будинком. У такому будинку застосовується підвищена термоізоляція, енергоефективні вікна, низький рівень проникнення повітря ззовні (інфільтрація), більш жорсткі вимоги з опалення та охолодження. Такі будинки зменшують викид вуглекислого газу в атмосферу, тим самим сприяючи стійкому розвитку.

«Пасивний будинок» або екобудинок (англ. «Passive house») – споруда, основною особливістю якої є відсутність необхідності опалення або мале енергоспоживання. Зниження споживання енергії досягається за рахунок зменшення тепловтрат будівлі. Архітектурна концепція пасивного будинку базується на принципах компактності, якісного та максимально ефективного утеплення, правильної геометрії будівлі, зонування, орієнтації по сторонах світу.

Директива енергетичних показників в будівництві, прийнята країнами Євросоюзу в грудні 2009 року, вимагає, щоб до 2020 року всі нові будівлі за показниками були наближені до пасивних будинків.

«Активний будинок» або будинок з позитивним енергобалансом (англ. «active house», «energy plus house») – будинок, який виробляє енергії як для власних потреб, так і допоміжних. Загальний річний обсяг енергоспоживання такого будинку є позитивним на відміну від будинку з низьким енергоспоживанням. Другим аспектом є створення сприятливого мікроклімату в приміщеннях – правильна вентиляція, підтримка температурного режиму [2, с. 198-199].

Не менш важливу роль при організації стійкого міста відіграє стійкий транспорт (або зелений транспорт) – це будь-який спосіб пересування, що дозволяє знизити рівень впливу на навколишнє середовище [5, р. 39]. До

нього можна віднести: пішохідний та велосипедний рух; екологічний автотранспорт, транзитно-орієнтоване проектування.

Стійкий транспорт сприяє зменшенню забруднення навколишнього середовища, збереженню простору та пропаганді здорового способу життя. Спільноти, які успішно підвищують стійкість своїх транспортних мереж, роблять це в рамках широкої програми створення динамічного, зручного для проживання стійкого міста.

В Україні поки що проблема побудови стійких територій не вирішується. Практично немає планів стійкого містобудування, оптимізації дорожнього руху, у більшості міст відсутні (або нераціонально розміщені, як у м. Дніпро) спеціальні доріжки для велосипедистів, не пропагується пішохідний рух як вид спорту та відпочинку. Тільки розпочинається діяльність із запровадження електромобілів та гібридного автотранспорту.

Стійке місто, таким чином, є найбільш перспективною моделлю розвитку та побудови міст майбутнього. Вирішення багатьох проблем сучасного міста можливе лише на основі їхнього перепланування на засадах принципів стійкого розвитку.

Література:

1. Висоцька О.Є. Сталий розвиток // Політична лексика сучасного українського політика і громадянина: енциклопедичний словник-довідник. – Львів: «Магнолія 2006», 2017. – С. 347-348.
2. Висоцька О.Є. Випереджаюча освіта для сталого розвитку: методологія, методика, технології: навчально-методичний посібник. – Д.: «Акцент ПП», 2012. – 292 с.
3. Підліснюк В.В. Основи сталого розвитку: Посібник. – Кременчук: Вид. ПП Щербатих О.В., 2008. – 124 с.
4. May Sh. Ecological citizenship and a plan for sustainable development // City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action. – 2008. – Vol. 12. – P. 237-244.
5. Register R. Ecocities: building cities in balance with nature. – Berkeley, Ca.: Berkeley Hills Books; Distributed by Publishers Group West, 2002. – 290 p.

**Споживачі освітніх послуг в умовах
багатонаціонального та полікультурного середовища**

Зоська Яна Володимирівна, професор
кафедри соціології та соціальної роботи Класичного
приватного університету (м. Запоріжжя), доктор
соціологічних наук, професор.

Поширення масової культури (індустрія розваг, комерційна культура, індустрія дозвілля) в умовах панування сучасних технологій та буденної свідомості, інтернаціоналізація, шалений темп міграції та посилення процесів глобалізації, з одного боку – сприяли проникненню загальнолюдських цінностей до різних культур, переорієнтації культурних споживчих цінностей в бік уніфікації, спрощення, комерціалізації, широкої експансії візуальних форм, нівелювання культурних відмінностей та швидкої зміни культурних зразків, традицій [2, 3, 4, 7] та водночас актуалізували запити споживачів щодо формування вмінь та навичок спілкування, співпраці та активної взаємодії з людьми різних національностей, з іншого – зростає спротив глобалізації, посилюється гетерогенність, фрагментація, відбувається зближення регіонів світу за етнокультурними ознаками та зростання національної самосвідомості, відродження етнічно-національних цінностей в окремих країнах [8].

Відповідно до сучасних запитів споживачів, як в усьому світі, так й в Україні, поступово відбуваються трансформаційні процеси у всіх сферах суспільного життя, яких зазнає й інститут освіти – відбувається переорієнтації змісту освіти з монокультурної на багатокультурну із впровадженням принципу полікультурності та одночасним збереженням власної культури як стрижневої на противагу тотальному поширенню масової культури,

яка нівелює індивідуальні етнічні культури.

Культурна спадщина будь-якого суспільства формується протягом тривалого часу у процесі взаємозбагачення та взаємопроникнення етнічних культур її представників. Українське суспільство є різноманітним за етнічним складом (українці – 77,8%, росіяни – 17,3%, білоруси – 0,6%, молдовани – 0,5%, кримські татари – 0,4%, болгари, угорці, румуни, поляки, євреї, чехи, словаки, греки, естонці, вірмени, цигани та ін.), тому виникає потреба у полікультурній освіті українців, яка буде сприяти розвиткові демократії, запобіганню етнічних конфліктів, єднанню суспільства, взаємозбагаченню культур [10].

Для втілення ідеї полікультурної освіти, як пропонує Дж. Бенкс, необхідно забезпечити поступову реалізацію таких етапів соціальної технології трансформації змісту інституту освіти. На першому етапі виховання та навчання виключно на європейських цінностях, на другому етапі – єврокультурний компонент доповнюється цінностями малих меншин, на третьому – встановлюється баланс цінностей культур різних етнічних груп [1].

Полікультурна освіта забезпечить споживачам освітніх послуг рівні можливості навчання, підвищить освіченість про різні культури учнів та педагогів, забезпечить втілення полікультурності в програмах навчання та входження представників меншин у глобальний простір на рівних правах.

Застосування принципу полікультурності, перш за все, передбачає застосування елементів різних етнічних культур у змісті освіти для впровадження гуманістичної парадигми як домінанти соціокультурного процесу, підготовки майбутніх поколінь до життя в умовах багатонаціонального та полікультурного середовища, виховування розуміння унікальності інших культур та поважного ставлення до них.

Так, в Україні вже зроблено певні кроки впровадження полікультурної освіти – у навчальних планах усіх

типів закладів освіти враховано державний і шкільний компоненти. Державний компонент спрямований на забезпечення універсальних знань, необхідних для кожного учня (обсяг і рівень знань, умінь і навичок), зокрема він обов'язково охоплює мовно-літературну освіту (рідна, державна й іноземна мови та літератури). Відповідно до Закону України «Про освіту», шкільний компонент має бути спрямований на доповнення основного компонента цінностями етнічних меншин – повинні враховувати регіональні особливості й умови, в яких працює школа, зокрема мову національностей у місцях їх компактного проживання.

Сучасна система освіти спрямована на формування ключових компетентностей учнів (чільне місце серед яких посідають спілкування державною, рідною та іноземними мовами, соціальна, громадянська, загальнокультурна, підприємницька і здоров'язбережувальна компетентності). Для підвищення рівня національної культури державою приділено особливу увагу як мовному (українська мова, мови національних меншин (мова навчання і мова вивчення), іноземні мови), так і літературному (українська, світова і літератури національних меншин) компонентам. Безперечно, для консолідації громадян у розбудові та зміцненні держави на сучасному етапі українського суспільства, вагому роль в освіті відведено вивченню саме української мови [9].

До того ж, з боку споживачів освітніх послуг (2015 р. Класичним приватним університетом на замовлення Департаменту освіти і науки, молоді та спорту Запорізької міської ради опитано школярів 9-11 класів загальноосвітніх закладів м. Запоріжжя, n=2148: районована, двоступенева вибірка з гніздовим відбором на другому щаблі) відчувається потреба у зростанні національної самосвідомості – хоча майже 80% опитаних вважає себе патріотом країни та міста, втім 36% опитаних сформувавши запит на посилення уваги до патріотичного,

національного виховання. До того ж, 70% школярів відзначили, що освітні установи здійснюють значний у формуванні патріотичної свідомості школярів. Нажаль, у розумінні старшокласників патріотизм формується на дещо обмежених знаннях, зокрема акценти зміщено у бік знань про державу та її історію (78%), державну символіку (40%), історичні постаті нації (38%). Втім значущість знань про видатні досягнення представників нації на світовій арені (26%), потенціал держави (24%), систему соціальної політики держави й соціального захисту населення (26%) відзначила лише чверть опитаних.

Разом з цим, знання іноземних мов у глобалізованому світі стає майже ключовим навиком будь-якої людини. Результати чисельних досліджень підкреслюють, що рівень знання англійської підвищує ВВП на душу населення країни, збільшує потенціал експорту та спрощує роботу бізнесу. Тому сучасна система навчання відчуває цю потребу й відповідно до неї зорієнтована і на вивчення іноземних мов, які виступають важливим засобом міжкультурного спілкування, усвідомлення учнями особливостей культури народів, мови яких вивчаються [9]. З метою підвищення попиту на вивчення англійської мови, також переорієнтації інформаційного простору на англійську мову в усіх сферах діяльності в Україні з 2015 року стартувала національна програма популяризації іноземних мов «Україна speaking». Втім, ситуація невтішна – за даними British Council у 2015 році тільки 7% українців вільно володіють англійською мовою, у той час як у країнах ЄС – 50%, а у Скандинавських країнах – 70% [5]. Проте, перспектива для поліпшення ситуації в країні є – до 2020 року заплановано навчити в Україні: кожного державного службовця категорії А розмовляти однією з офіційних мов консульства Європи; три чверті випускників старшої школи – розмовляти двома іноземними мовами; кожного п'ятого українця – вільно володіти англійською мовою [6].

Неполітична громадська ініціатива GoGlobal, що

об'єднує понад 20 партнерів, серед яких посольства, державні органи центральної влади, міжнародні організації, культурні центри, мовні школи, аналітичні центри, ставить за мету значно підвищити можливості українців відчувати себе не чужинцями в умовах багатонаціонального та полікультурного середовища та об'єднати людей навколо розуміння необхідності вивчення іноземних мов в Україні.

Отже, рух у бік формуванні полікультурної освіти в країні розпочато й у перспективі є всі підстави для задоволення запитів споживачів, які відчують на собі вплив глокалізаційних процесів.

Література:

1. Banks J. Cultural Diversity and Education: Foundations, Curriculum and Teaching. – Boston: Allyn and Bacon, 2001. – 360 p.
2. Leavis F.R. Mass civilization and minority culture. – Folcroft, Pa.: Folcroft Library Editions, 1974. – 31 p.
3. Адорно Г., Хоркхаймер М. Диалектика просвещения. Философские фрагменты: пер. с нем. М. Кузнецова. – М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997. – 312 с.
4. Белл Д. Массовая культура и современное общество // Америка. – 1965. – № 103. – С. 11-29.
5. В Україні стартує масова кампанія вивчення іноземних мов. – Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2299136-v-ukraini-startue-masova-kampania-vivcenna-inozemnih-mov.html
6. До 2020 кожен п'ятий українець має вільно володіти англійською. – Режим доступу: https://life.pravda.com.ua/society/2015/11/17/203321/view_print/
7. Крохина Н.П. Социология культуры: Учебное пособие. – Шуя: изд-во ГОУ ВПО «ШГПУ», 2007. – 124 с.
8. Кушнарьова М.Б. Основні тенденції розвитку масової культури в сучасній Україні в контексті глобалізації. Аналітичний огляд. – Режим доступу: <http://tur.kosiv.info/tourism-and-culture/>
9. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти» від 23 листопада 2011 р. № 1392. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-p>
10. Про кількість та склад населення України за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року //

Всеукраїнський перепис населення – 2001.– Режим доступу:
<http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/>

Зміни як виклики життєдіяльності великих міст України

Скворець Володимир Олексійович, завідувач кафедри
соціології Запорізького національного університету,
доктор філософських наук, професор.

У сучасному світі під впливом глобалізації відбуваються певні зрушення, що пов'язані зі зміною ролі таких соціальних суб'єктів як держава та великі міста. Загальна тенденція цих змін полягає в переході від індустріального до постіндустріального суспільства. Аналіз переходу від індустріального до постіндустріального суспільства знаходимо у творах зарубіжних дослідників, таких як Д. Белл, З. Бжезінський, Є. Гільбо, Г. Кан, В. Іноземцев, М. Кастельс, А. Тоффлер, а також у роботах вітчизняних, таких як О. Амоша, О. Білорус, В. Геєць, Я. Жаліло, Г. Мерніков, А. Шевцов, А. Філіпенко, А. Чухно та ін.

Складність цього переходу полягає в тому, що панівний клас України діяв неадекватно тим викликам, перед якими опинилося суспільство. Втрата цілісності українського суспільства значною мірою є наслідком нездатності еліт до створення соціально-адекватної системи управління. В сучасному світі відбувається розмивання націй-держав і посилення впливу ТНК, а наслідком цього є послаблення впливу держави та виконання нею своїх функцій.

Спираючись на метод А. Тойнбі, можемо оцінити проблему в категоріях «виклик» і «відгук». Історичний виклик – це природна або соціальна обставина, яка породжує нові протиріччя соціального розвитку, що виступають джерелом нових тенденцій в організації засад життєдіяльності соціуму. Історичний відгук слід розглядати як здатність соціальних суб'єктів знайти відповідь на негативні тенденції (загрози), що зумовлені протиріччями суспільного розвитку, пов'язаними з

історичним викликом.

Які ж обставини породили протиріччя соціального розвитку українського суспільства? Соціальні зміни в українському суспільстві періоду незалежності були безпосередньо пов'язані з проведенням неоліберальних ринкових реформ. Найважливішими з цих змін є процеси, що мали системоутворюючий характер для українського суспільства. По-перше, зміна соціальної структури населення погіршила соціальні умови життя суспільства: якщо в пізній УРСР середні верстви населення складали 75% населення (при цьому всі верстви населення мали гарантований доступ до якісної освіти і охорони здоров'я), то в результаті «реформ» середній клас не перевищив 15% населення. За даними Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, на кінець 2013 р. критеріям середнього класу відповідало лише 5% населення, або 2,3 млн. осіб. За оцінкою В.Паніотто, в Україні до середнього класу можна віднести тих, хто має річний дохід не менше 11,25 тисяч доларів. Все це засвідчує, що українська держава практично не має надійної соціальної опори. По-друге, в період незалежності в Україні розгорнувся процес деградації людського і соціального капіталу, який проявився не лише в скороченні протягом 25 років населення країни майже на 10 млн. осіб, погіршенні показників стану здоров'я населення (формуванні нездорового суспільства), масовій трудовій міграції за межі країни та зниженні якості освіти. Наслідком деіндустріалізації України стала втрата високого рівня технологічної культури. Символом втрати високої технологічної культури є будівництво мостових переходів через Дніпро в Запоріжжі, що продовжується вже більше 16 років. За оцінкою фахівців, державна влада в Україні втратила здатність реалізовувати загальнодержавні програми: 12-13 років прийнято як закон близько п'ятдесяти загальнодержавних цільових програм у різних

сферах, однак жодна з них не була реалізована навіть наполовину [2, с. 19]. Отже, названі три соціальні процеси здійснили вплив на українське суспільство, визначаючи певні його ознаки та функціональні можливості, що постали чинником гальмування на шляху переходу до постіндустріального суспільства.

У цей період в провідних країнах продовжувався процес формування постіндустріальної економіки, що призвів до перетворення цих країн на лідерів технологічного розвитку. Автор концепції постіндустріального суспільства Д.Белл визначив його як новий етап історії: «Якщо індустріальне суспільство засноване на машинній технології, то постіндустріальне суспільство формується під впливом технології інтелектуальної. І якщо капітал і праця – головні структурні елементи індустріального соціуму, то постіндустріальне суспільство формується під впливом технології інтелектуальної» [1]. Фахівці доводять, що саме практичне застосування знань в процесі створення високотехнологічної продукції стає основним джерелом додаткової вартості. Перетворення знань та здібностей людини на основне джерело багатства робить людину та її високоякісну працю провідним чинником постіндустріальної економіки. Суспільство стає економічно зацікавленим в розвитку людської особистості. Відповідно до нового значення людини, в постіндустріальному суспільстві на перший план виходять галузі, що забезпечують ефективне відтворення та розвиток людського потенціалу – сфера послуг та відпочинку, освіта та охорона здоров'я, засоби масової інформації тощо [3].

В економіці України відбувалися структурні зміни (з середини 90-х років до початку ХХІ ст. зайнятість населення у сфері послуг склала 63 %, а в промисловості – лише 17,6 %), але поширення новітніх технологій відбувалося поза сферою промислового виробництва.

Державна влада не лише не змогла прискорити процес переходу до постіндустріального суспільстві, але й своїми діями загальмувала цей процес. Виділені вище три процеси постають як виклики, що заважають Україні рухатися до групи країн, які стали лідерами технологічного розвитку.

Отже, прокласти шлях до побудови постіндустріального суспільства доведеться не державі. Такими суб'єктами стануть великі міста, яким для вирішення наростаючих проблем життєзабезпечення територіальних громад доведеться в прискореному режимі розробляти технології п'ятого і шостого укладів. Оптимізація цього процесу потребує підтримки з боку держави.

Література:

1. Бэлл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М.: Академия, 1999. – 956 с.
2. Національний суверенітет України в умовах глобалізації: Національна доповідь. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – 112 с.
3. Нікітіна О.Б. Формування передумов постіндустріального розвитку України в контексті європейського вибору // Економічний вісник. – 2014. – № 4. – С. 84-89.

Соціальні ризики урбанізованого суспільства

Кривошеїн Віталій Володимирович, завідувач кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, доктор політичних наук, професор.

В Україні гострота соціального розвитку міст за своїм характером має певні особливості. Головною тенденцією розвитку сучасного українського суспільства є перехід від старого типу розселення – невелике місто, село – до нових агломерацій – київська, харківська, дніпровська, львівська та інші, які ставлять нові соціальні проблеми, викликані проживанням величезної чисельності населення на обмеженій території. Саме функціонування міст має загальні та специфічні проблеми, що породжують певні соціальні ризики.

Соціальний ризик, який постійно продукується сучасним суспільством, його причини, закономірності перебігу, способи мінімізації – всі ці питання є одним з найбільш актуальних напрямків дослідження методами різних наук – соціології, соціальної психології, менеджменту, соціальної філософії тощо. І хоча в сучасному науковому дискурсі концепт «соціальний ризик» часто використовується як протиставлення техногенним і природним ризикам, проте, така позиція не охоплює весь спектр проявів різноманітних соціальних ризиків у сучасному суспільстві. За своїми наслідками будь-який ризик фактично є соціальним, незалежно від джерела його продукування. Наприклад, навіть різноманітні техногенні негаразди, по суті, є продовженням людського чинника, який «закладається» в техніку вже на стадіях її проектування і виготовлення. Так само далеко не всі соціальні ризики продукуються соціальними суб'єктами, а фактично соціальні ризики можуть бути комбінованими за джерелами і наслідками / результатами.

У цілому ризик (від пізньолат. *risicare* – обгинати виступ) тлумачиться як вірогідність несприятливих наслідків рішень, які ухвалюються в умовах невизначеності, дефіциту ресурсів (часу, інформації тощо), що призводить до збитків (втрат), і вірогідності здійснення небажаних подій для учасників діяльності (в першу чергу, комерційної). Ризик передбачає можливість відхилення від припустимої мети; ймовірність отримання бажаного результату; відсутність упевненості в досягненні поставленої мети; можливість настання несприятливих наслідків; матеріальні, екологічні, морально-ідеологічні та ін. втрати; очікування небезпеки, невдачі внаслідок вибору альтернативи та її реалізації.

Концепт «соціальний ризик» сформувався в руслі творення теорії соціальної держави і визначається як вірогідність втрати людиною матеріальних засобів для задоволення її базових потреб, необхідних для збереження

і відтворення повноцінного життя як члена суспільства. До таких базових потреб відносяться потреби в їжі, одязі, житлі, в медичній допомозі та соціальному обслуговуванні. У сфері соціального забезпечення зміст соціального ризику розкривається через можливість настання матеріальної незабезпеченості в результаті відсутності заробітку або трудового доходу з об'єктивних соціально значущих причин, зокрема, через втрату працездатності (професійні та загальні захворювання, нещасні випадки, у т.ч. на виробництві) або відсутність попиту на працю (безробіття), а також у зв'язку з додатковими витратами на утримання дітей та інших членів сім'ї, які потребують допомоги, на задоволення потреб у медичних і соціальних послугах.

Посилаючись на міжнародно-правову практику, О. Є. Мачульська виокремлює загально визнані (традиційні) соціальні ризики, до яких відносяться хвороба, непрацездатність (усі її види), материнство (вагітність і пологи, а також догляд за малолітніми дітьми, догляд за хворими дітьми), сімейні витрати на утримання дітей (в т.ч. додаткові витрати на утримання, виховання та освіти дітей), безробіття, старість, смерть, вдовство. Окрему видову групу традиційних соціальних ризиків утворюють професійні ризики, які зумовлені негативними факторами виробництва – небезпечними, шкідливими, важкими умовами праці, які, у свою чергу, можуть спричинити трудове каліцтво, професійне захворювання. До групи нетрадиційних соціальних ризиків відносять нужду, бідність (яка безпосередньо пов'язана з таким соціальним стандартом, як прожитковий рівень, що включає їжу, одяг, житло, медичний догляд та необхідне соціальне обслуговування, який є необхідним для підтримання здоров'я і добробуту людини та її сім'ї), потребу у сторонньому догляді через самотність, сирітство, необхідність догляду та утримання непрацездатних

членів сім'ї, жорстоке поводження в сім'ї тощо. Також до нетрадиційних соціальних ризиків доцільно відносити і ризики, спричинені певними державно-політичними подіями – воєнними діями, політичними репресіями, а також такі, що виникають унаслідок техногенних та екологічних катастроф [3, с. 12].

Крім вищезазначеного розуміння соціального ризику (вузьке значення), згідно з яким він визначається як імовірнісний значимий для суспільства збиток, що продукується соціальним життям, соціальний ризик також розглядається і як потенційна можливість отримання владою, суспільством і громадянами значимого збитку, джерелом якого виступають будь-яке середовище (природне, техногенне та соціальне) і будь-які сфери суспільного життя. Фактично соціальний ризик (широке значення) – це певна потенційна (можлива) небезпека, пов'язана з ухваленням / неухваленням рішення як реакція на відповідну соціальну дію.

Соціальні ризики в своєму історичному розвитку пройшли три етапи, в рамках яких сформувалися відповідні типи соціальних ризиків, що співіснують в сучасному світі. Так, К.В. Храмова виділяє традиційні, модернізаційні і демодернізаційні соціальні ризики (див.: [4]). Традиційні соціальні ризики пов'язані з можливістю втратити своє місце в соціальній ієрархії, позбутися підтримки з боку системи, стати маргіналом. Це рівень індивідуальних ризиків, які мають локальний характер і часто зачіпають лише окремих індивідів. Модернізаційні соціальні ризики пов'язані з досягненнями сучасної цивілізації, наслідки яких вже не можуть контролюватися людьми, що перетворює ці досягнення у ризикогенний фактор. Це призводить до кризи ідентичності сучасної людини в зв'язку з релятивізацією норм і неузгодженістю «Я» індивідуального і «Я» соціального. Демодернізаційні соціальні ризики обумовлені процесом ретрадиціоналізації,

що проявляється в тому, що формально збережені традиції поступово позбавляються свого початкового змісту і втрачають можливості виконання функцій значущих авторитетів, які диктують суворі і передбачувані правила поведінки.

Схожу позицію презентує М. С. Ковальова (див.: [2]), яка виділяє три типи і одночасно історичні види соціальних ризиків: природний, цивілізаційний і глобальний. До типологічних ознак відносяться взаємини людини з природою, взаємовідносини всередині соціуму, особливості застосування технічних засобів у діяльності людини і взаємодія суспільства і держави, держав між собою.

Природний ризик формується в період первісного хаосу людського існування, що характеризується відсутністю державності й атомізованою людиною. Тут можливі такі форми ризику, як непоко́ра сімейній, становій субординації, особисті психологічні властивості індивіда (конфліктність, авантюризм і т.п.), фізична слабкість, хворобливість тощо.

Цивілізаційний ризик є продуктом індустріальної цивілізації. У цей період змінилося ставлення до природи – поступово людина перейшла від становища залежності від природи і захисту від неї до ролі загарбника її багатств, в кінцевому рахунку, до ролі її приборкувача. У соціальному житті в ході модернізації відбулися кардинальні зміни: злам станового поділу, класове розшарування в епоху первинної індустріалізації по відношенню до засобів виробництва, а пізніше розшарування за рівнем доходу, освіти, роду занять, близькості до влади і вищих культурних цінностей; розвиток соціальних відносин (в прямому значенні цього поняття) між індивідами, індивідом і групою, індивідом і організацією, між організаціями і т.д. на основі моральних норм поведінки, соціальних інститутів, а також прийнятих у конкретному співтоваристві загальних правил, звичок,

стилів (в одязі, мові, манерах). До ризику індивідуального додався ризик соціальний у вигляді масових форм протесту, світових війн, революцій. Індивідуалізація суб'єктів поведінки (на відміну від атомарного становища людини перед обличчям природного ризику) разом з твердженням культу людського розуму, який протистоїть Природі. Згодом це привело до появи таких форм соціально-політичного ризику, як тероризм і тоталітаризм, тобто в соціальній сфері процес модернізації, уніфікації, формалізації людських взаємин призвів до розширення області дії ризику та його поширення на людей, які жодного відношення до цього ризикованого заходу не мають.

Глобальний ризик є продуктом постіндустріального суспільства і є принципово новим типом соціального ризику. На це звертав увагу У. Бек, який стверджував, що суспільство ризику (тобто одна із версій постіндустріального суспільства) володіє такою рисою, як катастрофічність [1, с. 23]. Якщо для індустріального суспільства головним було виробництво і розподіл благ, цінностей, то для суспільства ризику головним стає відтворення і розподіл небезпек і ризиків. Тобто суспільство ризику – це система, яка відтворює ризики у всіх сферах життєдіяльності суспільства – економічній, політичній, духовній, соціальній. Виробництво ризиків набуває розширеної форми і передбачає крім фази виробництва ризику також і фази його поширення і споживання. Найбільш небезпечними в соціальному плані наслідками цього є те, що поглиблюються протиріччя між тими, хто виробляє ризики (найчастіше з метою отримання особистого прибутку), і тими, хто змушений їх споживати. Відповідно глобалізація суспільства призводить до глобалізації ризику. Рушійною силою цього нового світу стає «спільність страху», тим самим активізується питання про роль світової спільноти в регулюванні ризиків, які дедалі збільшуються.

Таким чином, соціальні ризики як продукт індустріального суспільства періоду первісного накопичення капіталу у сучасному (урбанізованому) суспільстві зазнали серйозних змін, що потребує зміни парадигми їх оцінки та аналізу. Якщо на початковому етапі соціальні ризики були продуктовані виробництвом і розподілом благ, цінностей, то сьогодні вони продукуються виробництвом і розподілом небезпек (реально існуючих) і страхів (суб'єктивно існуючих), тобто соціальні ризики в суспільстві ризику самовідтворюються, причому це виробництво набуває розширеного характеру, тобто передбачає фази власно виробництва (відтворення), поширення і споживання ризиків.

Література:

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
2. Ковалева М.С. Эволюция понятия «риск» // Социологическое обозрение. – 2002. – Т. 2, № 1. – С. 18-26.
3. Мачульская Е.Е. Право социального обеспечения. Перспективы развития: [монография]. – М.: Городец, 2000. – 141, [2] с.
4. Храмова К.В. Особенности социальных рисков постиндустриального общества // В мире научных открытий. – 2011. – № 4. – С. 234-241.

Творча атмосфера кав'ярень як чинник соціально-політичної активності

Ніколенко Вадим Вікторович, професор
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара,
доктор соціологічних наук, доцент.

Їжа тою чи іншою мірою завжди становила предмет влади. Категорія гастрономічного постає каркасом на якому фіксують певні формати соціально-політичних відносин. Згадаємо відомі слова М. Фуко, який зауважував, що кожний дискурс передбачає окремий тип влади. Так, дослідники наголошують на значущості

деяких гастрономічних детермінант навіть у процесах розвитку демократії. Зокрема, одні з промовистих ознак інституціоналізації демократичних процесів за допомогою гастрономічного знаходимо у політичній історії країн Скандинавії. Дослідники зауважують, що у минулому шведські королі, так само як датські та норвезькі, дотримувались демократичних принципів правління, одним із яких було виконання прадавнього ритуалу. Коли вікінги збирались за столом з різних приводів, і передавали колом велику чашу з вином, кожен мав випити не настільки багато, щоб не залишити іншим, і не настільки мало, щоб викликати до себе презирство.

Вважаємо, що з-поміж багатьох гастрономічних практик і відповідних продуктових маркерів, які ідентифікують зі специфічними характеристиками демократичних процесів, окремо варто розглянути специфіку побутування кави. Так, у XVII ст. в Англії відкривають одні з перших кав'ярень, де збираються найпрогресивніші люди того часу. До речі, одним із них був засновник експериментально-теоретичного природознавства – Г. Галілей. У подальшому європейські кав'ярні називали справжніми лабораторіями демократії, де у процесі соціальної взаємодії було зведено нанівець будь-які соціальні ієрархії або фінансові відмінності. Більше того, буржуазія після докорінного зламу станових традицій і демонтажу попереднього способу життя незайнятого класу або придворного суспільства на тлі формування нової, більш раціональної, ментальності шукала власні гастрономічні референти, які відповідали б настроям того часу і дозволяли підтримувати енергію, працездатність, сприяли б формуванню нового оптимістичного погляду на світ. Таким референтом, із-поміж іншого, стала кави, вживання якої тоді посприяло тверезості мас та гостроті думки. Водночас кав'ярні із задоволенням відвідувала найпрогресивніша частина французького суспільства.

Ці заклади миттєво поширилися й іншими країнами, де ставали справжніми суспільними осередками підвищеної соціально-економічної «сейсмічності» та потужними громадськими центрами, у яких вирувало життя й започатковувалися суспільні зміни. Кав'ярні перетворилися на могутні епіцентри ділової та політичної активності в багатьох суспільних системах. З огляду на це небезпідставно вважають, що у подібному публічному, зокрема харчовому, просторі набуває комунікативних імпульсів для подальшого розвитку громадська думка.

Соціальна історія кав'ярень постає напрочуд евристичним концептом, який, на думку Ю. Винничука, дозволяє глибше усвідомити сутність духовного, громадсько-політичного й економічного життя багатьох країн [1, с. 53]. До речі, у кав'ярнях працювали, агітували, спілкувалися та відпочивали Ж.-П. Марат, М. Робесп'єр, Т. Джефферсон, Б. Франклін, П. Бомарше і на той час ще нікому невідомий військовий – Наполеон Бонапарт. Прикметно, що після визнання Наполеона при ньому постійно перебував особистий кавник [1, с. 73]. Загалом тогочасні французькі кав'ярні перетворювалися на справжні зібрання найбільш активних і невдоволених порядками придворного суспільства громадян. Хоча згодом один із засновників соціологічної науки, А. Сен-Сімон, стигматизував їх, ототожнюючи з болотом, оскільки подекуди вони були геть засмічені, більше того – ставали притулком повій та інших асоціальних елементів. Проте йому заочно опонували палкі шанувальники кави, які не звертали уваги на другорядні для них речі та завдяки власному авторитету і неабиякій популярності ставали справжніми особами-символами нової кавової ідеології, стрімко поширюваної світом. Серед них відзначимо В. Гюго, Вольтера, А-Ж. Рішельє, О. Дюма, С. де Бовуар, Ж.-П. Сартра, Гі де Мопассана, А. де Сент-Екзюпері й ін. [1]. Зрозуміло, що вони реалізувалися б у творчому,

політичному, соціальному плані й без кав'ярень та кави, проте цілком імовірно, що ми могли б не побачити деякі їх твори саме в тій редакції, яка, зрештою, стала класикою жанру.

Так, Ю. Винничук зазначає, що багато великих теорій, маніфестів і гасел було написано та виголошено саме в таких закладах [1]. У цьому контексті постає доволі рельєфний зв'язок між кав'ярнями та створенням сприятливих передумов для виникнення масштабних реформаторських рухів. Невипадково в арабських країнах, де кава почала входити в моду на кілька століть раніше, окремі можновладці вголос виказували занепокоєння з приводу того, що люди в цих закладах забагато говорять про політику. Як зауважує Ю. Винничук, незмінними завсідниками кав'ярень були й видатні українці – В. Стефаник, С. Крушельницька та ін. [1, с. 59]. Цілком вірогідно, що всі вони як особи великого таланту та неабиякої обдарованості майже інтуїтивно відчували, що саме в таких місцях набагато продуктивніше писати, відпочивати, думати, аналізувати, одним словом – творити. По суті, сучасна наука довела, думки та ідеї, генеровані колективом, становлять на 70 % більше, ніж сума індивідуальних суджень.

Як бачимо, «зовнішня кухня» у вигляді розмаїття закладів громадського харчування напрочуд чутливо реагує на соціальні зміни, постаючи їх певним каталізатором і дієвим провідником. Так, свого часу таверни у світській Англії, яку історики небезпідставно вважають однією з колисок парламентаризму, з'явилися зовсім невинно. Ці заклади виникли в Лондоні насамперед для обслуговування аристократів із палати лордів. Отже, як уже було зазначено, кожний дискурс (тим більше гастрономічний) містить у собі певний алгоритм реалізації влади. У Новому світі теж виникла й закріпилася подібна форма гастрономічної культури, що стала похідною певного образу життєзабезпечення і

світосприйняття тогочасного американського суспільства. З огляду на кулінарну есеїстику О. Геніса прийнято вважати, що перші ресторани й аналогічні заклади в Америці почали відкривати здебільшого на Західному узбережжі. Тобто ділові самотні чоловіки, мотивовані пошуками «ельдорадо» та «золотої руни», змінювали спосіб свого життя, майже відмовившись від самообслуговування. Це змушувало їх набагато більше часу проводити у публічних закладах, де можна було задовольнити різноманітні потреби, у тому числі й гастрономічні.

На нашу думку, саме через застосування цих практик, формувалася зовсім інша логіка легітимації влади, заснована на вільних зібраннях у публічній сфері й на демократичних принципах особистісного волевиявлення. Зважаючи на це, можна припустити, що її вертикаль почала формуватися не згори, а із соціальних низів. Не буде перебільшенням сказати, що таке міцне підґрунтя вона має й донині, приносячи неабиякі дивіденди. Хоча слід додати, що з гастрономічного простору акценти змістилися в інші площини соціального життя з релігійними, політичними, освітніми конотаціями тощо. Можливо, з огляду на це багато аналітиків вважають практики громадянської самоорганізації й ініціативи у США одними з найміцніших. Адже такі нормативні практики у сфері публічного життя, передаванні з покоління в покоління, на сучасному етапі небезпідставно сприймаються як надійні гарантії для вільного висловлювання особистісної позиції та самоствердження. Ймовірно, маючи можливість задовольнити голод, разом з іншими у певній соціальній групі, людина на підсвідомому рівні відчуває себе більш захищеною, як наслідок – спокійно і вільно формулює та висловлює власні думки, незважаючи на їх соціальний резонанс і політкоректність. Багато класиків гастрономічного жанру сходяться на думці: ніщо так не розв'язує язика, як колективне застілля. Це припущення, красномовно ілюструє латентне

призначення приватних кухонь у повсякденному житті «homo sovieticus». Експерти небезпідставно зауважують, що саме вони ставали дієвими осередками виробництва та поширення суспільним простором незаангажованих суджень, опозиційних думок і політичних анекдотів, саме там ще можна було побачити хоча б якісь натяки на індивідуальність, зокрема й завдяки наявності власного гастрономічного смаку.

Сьогодні прийнято вважати, що чим більше ресторанів та інших закладів громадського харчування розташовано у певному локусі, тим вища якість життя його населення. Наприклад, лише у Лондоні нараховують близько 7000 пабів. До речі, учені Оксфордського університету зафіксували цікаву соціально-типову закономірність: мешканці Лондона, які проживають безпосередньо біля пабів, мають більше друзів, більше задоволені життям, менше пиячать. Експерти відзначають унікальну неформальну атмосферу, що там панує і являє собою надзвичайно продуктивне тло для громадянських ініціатив не лише у бізнесі, політиці, але й стосовно інших важливих питань самоорганізації суспільного життя. Крім того, в Іспанії нараховують приблизно сім ресторанів на тисячу осіб. Знову ж таки, чим більше місць громадського харчування розташовано у публічному просторі, тим впевненіше можна говорити про високі стандарти соціального самопочуття населення. Однак з огляду на досвід тоталітарної регламентації «зовнішньої кухні» у XX сторіччі така закономірність стає можливою лише за однієї важливої умови – якщо цей публічний простір насичений легітимними, соціально прийнятними емансипативними цінностями, такими як самореалізація, самоствердження, толерантність, взаємодопомога, довіра, здоровий індивідуалізм, можливість змагатись з іншими у результатах власної праці, підприємництво, егалітаризм, конкурентоспроможність, досяжницька мотивація

тощо. Такі цінності, за Р. Інглехартом, називають постматеріальними і протиставляють матеріальним: самозабезпеченню коштом інших, піклуванню лише про власний матеріальний комфорт, домінуванню «Ми» над «Я» тощо.

Тож «зовнішня кухня» – це один із вимірів соціального життя, у якому активно формується громадянське суспільство. Вона завжди постає надзвичайно інформативним тлом, де з легкістю можна виокремити симптоматичні ознаки старого або нового, який лише формується, владних дискурсів, а також наявних і потенційних соціальних змін. Тому присутність у цьому вимірі людини з емансипативними цінностями, цілком можливо, є запорукою процесам зростання громадянської активності. Варто згадати, наприклад, такі країни, як Англія, Іспанія, Італія, Греція, Чехія, Словаччина тощо, не говорячи вже про США, або одну з колисок елітарної «зовнішньої кухні» – Францію. У цих країнах надзвичайно багато місць, де можна пообідати або просто посидіти за чашкою кави у публічній атмосфері, обговорити важливі та не дуже, особисті й громадські питання.

Отже, доцільно стверджувати, що гастрономічний дискурс є доволі симптоматичною похідною дискурсу влади. Особливо рельєфно такі процеси виявляються у просторі «зовнішньої кухні», яка є «лакмусовим папірцем» соціальних змін і їх активним провідником. Саме там можна простежити певні трансформаційні процеси, які за посередництва гастрономічного змінюють аксіологічну топографію суспільства і приводять до конституювання певних владних відносин. До речі, на сьогодні кава є одним із найпопулярніших напоїв у світі, можливо це зумовлює, поряд з іншим, динамічність сучасного соціуму.

Література:

1. Винничук Ю. Таємниці львівської кави. – Вид. 4-те. – Львів: ЛА «ПІРАМІДА», 2008. – 220 с.

Нова урбаністична криза: у пошуках стратегій виходу
Радіонова Ірина Олександрівна, завідувач кафедри
політології, соціології і культурології Харківського
національного педагогічного університету імені
Г. С. Сковороди, доктор філософських наук, професор.

Початок ХХІ століття постав як період підйому креативного класу, оспіваного Р. Флорідою, і проголошення урбаністами лозунгу «Міста повернулися!». Бум інновацій і креативності зачаровував, здався джерелом вирішення нескінченної низки доленосних завдань, з якими стикалося людство. Однак, розвиток Індустрії 4.0 породжує якісно інші проблеми, пропорційні за масштабом, або навіть набагато більші, ніж ті, що розв'язуються.

Нова реальність призвела до пересмотру Р. Флорідою своїх оптимістичних прогнозів щодо умов успішності сучасних міст та глобальної урбанізації загалом. У 2017 р. Р. Флоріда відмовився від низки своїх попередніх тверджень у роботі з програмною назвою «Нова урбаністична криза. Як наші міста збільшують нерівність, поглиблюють сегрегацію та ослаблюють середній клас – й що ми можемо з цим зробити» (див.: [1]). Якщо у час буму «креативного класу» Р. Флоріда надавав поради, як місто може залучити хай-тек кампанії, як лідерів інновації і «спасителів» міста, то зараз він визначає їх як злодіїв. На сьогодні міста де зосереджена хай-тек індустрія США постають й як міста найбільшої нерівності.

Нова урбаністична криза (The New Urban Crisis) сповіщає про себе численими маніфестаціями. До основних Р. Флоріда відносить: зростаючу нерівність; економічну і расову сегрегацію; просторову сегрегацію; падіння середнього класу, представники якого часто вже не мають таких можливостей, як їхні батьки, за умов що вони теж належали до середнього класу; укорінену бідність, з якої

практично не можливо вийти; різке зростання ціни житла; джентрифікацію (gentrification), комплексну зміну району міста через переселення переможців соціального змагання у райони, де традиційно жили представники нижчих класів (див.: [1, с. 121-150]). Причому, як підкреслює Р. Флоріда, зараз виграє невеличка група, а програють «усі інші». Важливо, що ці явища і тенденції спостерігаються і в самих містах, і в населених пунктах, що їх оточують. Тобто Нова урбаністична криза це й криза субурбанізації – отже загалом криза сучасного капіталізму, за висновком Р. Флоріди [1, с. 5].

На наш погляд, все більше проблематизується само поняття креативного класу. Адже визнаним є погіршення становища середнього класу. Отже, креативний клас це аж ніяк не одна третина працюючих у США, як стверджував Р. Флоріда, а незначна частина працюючих. У хай-тек індустрії теж існує певний об'єм рутинної для цієї галузі роботи. Так само у сфері фінансів та інвестицій, освіти та інших сферах інтелектуальної діяльності не усі працюючи, а лише їх невелика кількість може бути віднесена до того самого «креативного класу», що створює новий контент. Наплив саме цього «креативного класу» підточує середній клас загалом, призводить до реколонізації міст найбільш успішними, до розбалансування політичних систем, що спиралися на середній клас (що усі й побачили на останніх виборах у США, Франції, голосуванні у Великій Британії), зростання політичної волатильності та політичного популізму.

Глобальна урбанізація теж зазнала поразки. Оптимістичні прогнози щодо урбанізації у країнах, що розвиваються, не відбулися у дійсності. Замість очікуваного підйому у всіх сферах життя суспільства через урбанізацію спостерігається феномен урбанізації без розвитку (urbanization without growth). Глобальна урбанізація за неоліберальним зразком не є, за Р. Флорідою,

ані прогресом, ані економічним розвитком. Вона є трущобою з економічною, гуманітарною та екологічною кризою зростаючих пропорцій [1, с. 4, 8].

Загальний висновок Р. Флоріди – констатація утвердження у глобальному суспільстві і у США нерівного урбанізму (unequalurbanism), урбанізму моделі «виграй і отримуй все» (winner-take-allurbanism) [1, с. XVII, 15-17]. Виникла реальна загроза стабільності у суспільстві.

Р. Флоріда стверджує, що зберігає віру в урбанізм [1, с. 10]. Але зараз він проголошує інклюзивну модель урбанізму для усіх (urbanism for all). Генеральне завдання – відродження середнього класу. Перші поради, що надає Р. Флоріда є очевидними: інвестувати у інфраструктуру міста, будувати доступне житло, реформувати оподаткування та інше. Не підвергаючи сумніву доцільність усіх запропонованих заходів, визнаємо, що у такому вигляді вони більш нагадують передвиборчу програму політика, ніж нову стратегію науковця.

Розвиток інклюзивного урбанізму (як й інклюзивного суспільства загалом) постає як можливий вихід з сучасної кризи. Нажаль, навіть продумані спроби побудови інклюзивних суспільств стикаються з контингентністю результату. Однак розумної альтернативи розбудові інклюзивного урбанізму не існує.

Таким чином, узагальнення теоретичних розвідок американських урбаністів дає ключ для уточнення стратегій урбанізації в Україні. Нагальне й надскладне завдання це розвиток інклюзивного урбанізму. На часі критичне ставлення до реалій буття, відкритість до широкого діапазону думок у пошуках шляхів до інклюзивної моделі суспільства, інклюзивного урбанізму на всіх рівнях від глобального суспільства до країни, глобальних міст і містечок.

Література:

1. Florida R. The new urban crisis: how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class – and what

we can do about it. – N.Y.: Basic Books, 2017. – 310 p.

Інноваційний потенціал сучасного міста

Шепеленко Ірина Павлівна, доцент

кафедри політології, соціології та культурології

Харківського національного педагогічного університету

імені Г. С. Сковороди, кандидат соціологічних наук,

доцент.

Якість життя і рівень соціально-економічного розвитку містян корелює з інноваційним потенціалом міста. Тому на сучасному етапі розвитку України стає актуальним формування стратегій розвитку, тактики управління сучасним містом на основі пошуку шляхів зростання інноваційної активності міського соціуму.

Складність розробки заходів щодо забезпечення інноваційного розвитку міста обумовлена різним трактуванням категорій «інновація», «інноваційний потенціал» та неоднозначністю підходів до обґрунтування методології дослідження інноваційних процесів на теренах міста. В науковій літературі існує два глобальних підходи щодо визначення інноваційного потенціалу міста: автори, що належать до так званого ресурсного підходу наукового аналізу інноваційного потенціалу, трактують його як сукупність інноваційних ресурсів (матеріальних, фінансових, інтелектуальних, науково-технічних), які забезпечують можливість інноваційної діяльності і створення інноваційної технології, продукції, послуг. Інші розглядають інноваційний потенціал з позицій результату інноваційної діяльності, тобто реального продукту, отриманого в інноваційному процесі. На нашу думку, інноваційний потенціал міста слід розглядати не тільки як сукупність інноваційних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, але і як можливість і здатність міста створювати і використовувати результати інноваційної діяльності. Таким чином, інноваційний потенціал міста – це можливість і здатність міста

формувати і використовувати інноваційні ресурси, необхідні для інноваційного розвитку, що дозволяє місту створювати, поширювати і використовувати різного виду нововведення для свого сталого розвитку та створення комфортного середовища проживання для жителів міста.

Міста забезпечують сприятливе середовище, що підтримує підприємства, фірми, окремих підприємців, установи науки і освіти, які продукують і впроваджують інновації, виробляють інноваційний продукт. Шляхом консолідації спільних зусиль акторів інноваційної діяльності керівництво містом створює так звану інноваційну екосистему, допомагає спрямувати потоки ідей окремих акторів, полегшує перерозподіл знань та інновацій для вирішення злободенних питань міста. Різні міста підтримують різні види інновацій, в зв'язку з цим існує кілька типів використання інноваційного потенціалу в містах. Так, наприклад, в деяких містах основна увага приділяється розвитку нових технологій і галузей, заснованих на інноваціях, інші підтримують створення нових продуктів, нових видів діяльності. Але прикладів вирішення проблем міста за допомогою інноваційної діяльності містян недостатньо. Сьогодні в Україні існує досвід трансформації міста, який починається з волонтерського руху й втілення в життя ідеї окремої групи осіб щодо поліпшення умов проживання містян. Головним чином, це реалізовується у сферах, які не потребують великих інвестицій, але мають неабиякий вплив на місто. Але сьогодні, на фоні загальної зневіри до влади, політичної та економічної втоми більшості населення країни, слабкості місцевого самоврядування, відсутності традицій самоорганізації по наведенню порядку і поліпшення комфортності проживання на території міста, городяни не в повній мірі усвідомлюють свою відповідальність за свій дім, двір, під'їзд будинку, за територію міста та майже не припускають можливість

втілення ідей щодо покращення умов проживання, колективного вирішення побутових проблем.

З точки зору застосування інноваційного потенціалу міста може бути корисним дослідження міста та приклади ефективного втілення в життя інноваційних ідей, які запропоновані Ж. Лернером, бразильським архітектором українського походження, консультанта ООН із питань міського планування та політичного діяча, що мають місце в його книзі «Акупунктура міста» [1]. Поряд з важливістю використання промислово-виробничого, трудового, фінансового потенціалів в складі інноваційного потенціалу, автор акцентує увагу на необхідності активного застосування організаційного управлінського інноваційного потенціалу місцевої влади та громади.

На необхідність взаємодії бізнесу, влади та громади у реалізації та використанні інноваційної потенціалу міста в вирішенні його проблем акцентують увагу також автори дослідження «State of the Art on Social innovation in cities», URBACT II Capitalisation, December 2014 [2].

В Україні існує досвід формування та використання інноваційних ресурсів акторів інноваційної діяльності, який дозволяє місту створювати, поширювати і використовувати нововведення для свого сталого розвитку та створення комфортного середовища проживання для жителів міста.

Література:

1. Лернер Ж. Акупунктура міста. – Режим доступу: http://www.e-reading.club/bookreader.php/1051323/Lerner_-_Akupunktura_mista.html

2. State of the Art on Social innovation in cities, URBACT II Capitalisation, December. –Режим доступу: 2014http://urbact.eu/sites/default/files/03_socialinn-web.pdf

Семиотическое пространство города

Вершина Виктория Анатольевна, доцент
кафедры философии Днепропетровского национального
университета имени Олеся Гончара, кандидат
философских наук, доцент.

Михайлюк Александр Владимирович, заведующий
кафедрой документоведения и информационной
деятельности Национальной металлургической
академии Украины (г. Днепр), доктор исторических наук,
профессор.

Город как феномен может быть рассмотрен в семиотическом аспекте. Социум, экономика, культура представляют собой, помимо прочего, знаковую систему. Важно прочтение города как текста, осмысление города не только как функционального, но и как целостного символического образования.

Город исторически складывается как социальный, политический, экономический культурный центр. Соответственно можно выделить важнейшие системообразующие составляющие топонимики города. Их можно условно назвать «дворец» – пространство власти и политики, «храм» – сакральное пространство, «рынок» – торгово-экономическое пространство, «кабак» – пространство развлечений и т.п. В дальнейшем из этих элементов возникают генетически связанные с ними объекты, такие как театры, музеи, памятники, фабрики, заводы, офисы, различного рода увеселительные заведения.

Город представляет собой особую структурирующую организацию физического и географического пространства, деформирующую природную пространственную структуру и создающую свою собственную – внешнюю и внутреннюю. Структура организации социального пространства города включает

в себя различные компоненты: территориальный, ментальный, информационный, нормативный и др.

Город изначально был носителем определенной культурной информации, представляя собой особую знаковую систему. Эта система, в свою очередь, становится своеобразным экраном, своего рода фильтром, через который происходит восприятие информации его жителями. Город устанавливает правила поведения между людьми, незнакомыми друг другу – устанавливает иерархии, статусы и т.п.

Деятельность человека в организованном пространстве города, связанная и с перемещением в нем, и с выполнением производственной, досуговой, бытовой и других функций, является импульсом к присвоению этому пространству значений, обусловленных восприятием. Они формируют потребителя, носителя той или иной роли в определенном обществе, городе, инфраструктуре. В городе создается особая сфера, связывающая поведение человека и среду в единую семиотическую систему. Место определяет образ жизни человека, воздействие искусственно созданной среды оказывает влияние на поведение человека, определяет социальную роль, которую играет человек в определенном пространственном окружении.

Город населен людьми. Символы и знаки существуют в нем не сами по себе, а как часть живого процесса повседневной коммуникации. Для рядового горожанина повседневность сводится к нескольким объектам: жилье, транспорт, работа, магазины, иногда развлечения. Они определяют восприятие города местным населением. Для приезжих более важны архитектура, памятники, музеи, театры, места развлечения. Т.е. существует внутреннее и внешнее восприятие города.

Какие объекты и заложенные в них смыслы значения являются преобладающими и доминирующими – от этого зависит восприятие города и формирование городом

жителей, навязывание им идеологии и мировоззрения. Так, в городском пространстве может быть доминирующим «крепость», «дворец», «рынок», «храм», «мастерская». В современном городе доминирует рынок. При внешне очевидной структурированности пространства, большие города отличаются отсутствием устойчивой структуры повседневности.

Поскольку знаки по своей природе идеологичны, семиотическое пространство города не может не быть идеологичным. Городское пространство явно или имплицитно таит в себе господствующую идеологию. Идеология городского пространства меняется во времени. В современном обществе господствующей стала идеология потребления. Города теряют свой исторический облик, становятся однотипными, похожими, универсально-потребительскими. Достопримечательности, рассчитанные на туристов, приобретают неестественно-игрушечный, гламурный вид. Облик города становится глобалистским, однотипным, ориентированным на потребление и развлечения. Формируется многолико-однообразное семантически пустое пространство.

Методика преподавания социологических дисциплин в современной историографии

Гордяненко Віктор Георгійович, професор кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, доктор історичних наук, професор, заслужений працівник освіти України.

Подготовка специалистов социально-гуманитарного профиля в высшей школе предусматривает преподавание целого комплекса дисциплин социологического и психолого-педагогического цикла. Особое место среди них принадлежит учебному курсу «Методика преподавания социологических дисциплин», который предполагает

раскрыть специфику приёмов и методов преподавания в высшей школе, вооружить будущего социолога знаниями и навыками педагогической деятельности, в частности, планирования и организации учебного процесса, выбора эффективных методов преподавания социологических дисциплин, контроля над студенческой аудиторией, оценивания результатов обучения и качества проведения занятий.

Сегодня имеют место определённые трудности в разработке и внедрении такого учебного курса. Во-первых, очень мало литературы по методике преподавания специальных социологических дисциплин, а имеющиеся издания касаются лишь общей социологии. Действительно, в последние годы вышло большое количество учебной литературы по общей и отраслевой социологии, по истории социологии, по методологии и технике прикладного социологического исследования. Что же касается методики преподавания социологии, то в этой области образовался своеобразный вакуум, который заполняется либо за счёт использования старых учебников по методике преподавания общественных наук, либо за счёт новых пособий методического характера, которые появляются крайне редко и в недостаточном количестве. Во-вторых, в Украине происходит реформирование высшего образования, смена его парадигмы, а это не может не влиять на сам учебный процесс, технологии преподавания. В этой связи, безусловный интерес представляет историографический анализ литературных источников по методике преподавания социально-гуманитарных дисциплин, изданных в современный период.

Одно из первых и наиболее интересных пособий по методике преподавания было опубликовано в 2002 г. [1]. В данном пособии А.Н. Елсуков раскрывает основные проблемы преподавания социологии в высшей школе,

а также предлагает методические рекомендации для подготовки занятий по основным разделам вузовского курса социологии. В первом разделе «Общие вопросы методики преподавания в высшей школе» методика преподавания рассматривается как наука, определяется её предмет и роль в педагогической деятельности. Здесь представлены также теоретические основы методики преподавания, соотношение методики преподавания с другими социально-гуманитарными науками. Во втором разделе «Теоретические предпосылки и методические основы преподавания общего курса социологии» поставлены и рассмотрены такие вопросы как цель и задачи преподавания, концептуальные основания преподавательской деятельности, связь и соотношение социологии с другими дисциплинами. Третий раздел «Формы преподавания курса социологии и их организационно-методическое обеспечение с учётом современных образовательных технологий» содержит методические обоснования лекционного курса, семинарских занятий, план самостоятельной работы, формы контроля знаний. В четвёртом разделе «Информационно-теоретическое обеспечение курса общей социологии» рассматриваются различные источники информации: учебники и учебные пособия, практикумы, сборники задач, хрестоматии, первоисточники, научная литература, справочная литература по социологии, литература по методике преподавания в вузе, курсы лекций и т.д. В начале XX столетия данное пособие вполне удовлетворяло требования специалистов при подготовке лекций по социологии для социально-гуманитарных факультетов. В тоже время у него есть недостатки. К серьёзным упущениям данного учебного пособия следует отнести отсутствие инновационных подходов к обучению, слабое освещение нетрадиционных методов преподавания, не показаны приёмы наглядных средств в

обучении.

Более современные источники по проблемам преподавания социологических дисциплин были изданы несколько позже, в 2003-2006 годах [2]. В рамках названной проблемы, следует выделить учебное пособие под ред. И. Д. Ковалёвой «Нетрадиционные методы преподавания социологии». Структура и содержание работы выделяют проблемы, которые позволяют на фоне имеющейся учебной литературы выделить нетрадиционные моменты, позволяющие актуализировать вопросы творческого мышления студентов и привлечь внимание читателей к методике преподавания социологии как к одному из условий повышения качества и усиления творческого потенциала и эффективности учебной деятельности студентов.

Безусловный интерес представляет и учебное пособие «Социология в аудитории: искусство преподавания». В книге представлены материалы зимней школы «Инновационные методы преподавания социологии» (Харьков, 2003 г.), и методического семинара «Рейтинговая система оценки знаний студентов как элемент модернизации социологического образования» (Харьков, 2002 г.). Статьи данного пособия посвящены проблемам перехода к новой парадигме высшего образования. Сборник содержит как общетеоретические статьи, так и методические разработки инновационных методов преподавания социологии.

Полезной книгой для преподавателей социологии, аспирантов и студентов, всем кто ищет пути совершенствования педагогического мастерства могут быть и материалы второй зимней школы «Инновационные методы преподавания социологии: искусство коммуникации» (Харьков, 2004 г.), где основное внимание уделяется вопросам и проблемам коммуникации в процессе обучения.

И всё же, более современное видение по проблемам преподавания социологических дисциплин присутствует в научных статьях, опубликованных преподавателями в специальных социологических журналах [3]. В этих работах авторы делятся опытом использования различных методик преподавания социологических дисциплин, внедренных ими в процессе обучения. К наиболее обсуждаемым приемам преподавания нужно отнести инновационные методы, интерактивные занятия, нетрадиционные методы преподавания лекционных и семинарских занятий, пути совершенствования социологического образования и др. Авторы подчеркивают различие в самом подходе к преподаванию социологических дисциплин, в целях и методах работы со студентами, выдвигают задачи совершенствования процесса преподавания.

Следует отметить, что серьёзное изучение социологии в современных условиях не может быть обеспечено одной только учебной литературой. Особенно богатый материал учебного плана присутствует в Интернет-сети. Использование этого канала информации является важным и необходимым элементом системы современного социологического образования. В новейшей историографии опыт и перспективы использования Интернет-сети в преподавании социологических дисциплин достаточно широко представлен в опубликованных статьях специальных периодических изданий [4]. Авторы данных публикаций применение Интернет-сети в изучении социологии разделяют на несколько этапов: материально-техническое обеспечение (отладка оборудования, подключение, пилотная навигация), методическое обеспечение занятий (изучение ресурсов, сравнение их с программой, составление плана занятий, определение цели, формы и предполагаемые результаты занятия), непосредственное применение Интернет во время занятия (обеспечивается

индивидуальный план работы для каждого студента на рабочем месте, оснащённом компьютерами), анализ занятия (обсуждение навигации студентов в Интернет-сети, рассмотрение файлов, авторских комментариев, обратные послания на сервер, оценивается эффективность работы студента, проводятся дискуссии по обсуждаемой теме). Основное преимущество работы в виртуальной реальности, подчеркивают авторы публикаций, это активное взаимодействие обучающегося человека с гипертекстом в диалоговом режиме, что открывает богатейшие перспективы для совершенствования процесса образования и обучения.

Важную роль в обеспечении учебного процесса, поиске литературных источников по социологическим дисциплинам играют разработанные в отечественной историографии библиографические указатели по основным направлениям социологического знания [5]. В них представлено современное понимание социологического источниковедения и историографии, имеющей своей целью обозначить общее видение о важности использования в педагогической деятельности новых социологических источников, рассматривается стратегия библиографического поиска источников по методике преподавания социально-гуманитарных дисциплин. Имеют место указатели, где дается аннотированная библиографическая информация об учебниках и учебных пособиях [6]. В эти указатели включены учебники, курсы лекций, хрестоматии, социологические словари и другие учебные пособия, изданные в странах СНГ на украинском и русском языках.

В контексте институционализации отечественного социологического образования учебные пособия создавались представителями различных теоретико-методологических направлений, иногда даже, не социологами. Некоторые из них требуют обсуждения и

систематизации. В этой связи, изданные библиографические указатели крайне необходимы не только для совершенствования учебного процесса, но и с целью историографического анализа проблем формирования учебно-методической базы социологического образования. С этой целью был подготовлен и издан библиографический указатель «Методика викладання соціально-гуманітарних дисциплін», который призван раскрыть специфику приемов и методов преподавания в высшей школе, вооружить педагога знаниями и навыками педагогической деятельности [7]. Указатель включает литературные источники за период с 1959 по 2007 годы и вмещает 431 наименование.

Он состоит из трех разделов: Теоретические предпосылки и методологические основы преподавания, формы преподавания социально-гуманитарных дисциплин, информационно-теоретическое обеспечение курса преподавания социологических дисциплин. Определенный интерес представляют литературные источники по структуре методики преподавания и видам обучения: дистанционное обучение, инновационные образовательные технологии, наглядность в преподавании, активные методы преподавания, игровые методы в обучении и др.

В целом же, краткий историографический обзор литературных источников по обозначенной теме позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время ощущается острая потребность в подготовке специальной учебной литературе по методике преподавания социологических дисциплин, которые могли бы удовлетворить современную вузовскую аудиторию. Особенность социологии в сравнении с дисциплинами социально-гуманитарного профиля состоит в том, что её объект наиболее подвижен и изменчив. Буквально ежедневно меняется общественное бытие, научная картина мира в целом. Совершенно надежные теории, которые ещё недавно воспринимались

как вполне объективное описание социальной действительности, оказываются наивными и порой ненужными. Фундаментальные научные исследования явно не успевают за темпами изменения и развития общества. В этой связи освоение курса социологии требует от высшего образования новых подходов, новых методов обучения как традиционных, так и нетрадиционных, которые адаптировали бы учебный материал к новым условиям социальной действительности.

Литература:

1. Елсуков А.Н. Методика преподавания социологии в высшей школе: Учебное пособие. – М.: «Технопринт», 2002. – 231 с.
2. Богомаз К.Ю., Дика О.І., Сорокина Л.М. Методика викладання соціології». Навчальний посібник для вищих навчальних закладів. – Дніпродзержинськ, Вид-во ДДТУ, 2005. – 168 с.; Малахова Ж.Д., Огаренко В.М. Викладання соціології: досвід інноваційних прийомів. Навч. посібник. – Запоріжжя, 2006. – 280 с.; Нетрадиционные методы преподавания социологии. Учебное пособие / под ред. И.Д. Ковалёвой. – Харьков, 2001. – 328 с.; Социология в аудитории: искусство преподавания. – Х.: ХНУ, 2003. – 303 с., Социология в аудитории: искусство коммуникации: Научно-методическое пособие для преподавателей. – Х.: Изд. центр ХНУ, 2004. – 266 с.
3. Голосенко И.А. Преподавания социологии: Историческая справка и вариант курса // СОЦИС. – 1992. – № 8. – С. 38-47; Асхаков С.И. Социология в педвузе // СОЦИС. – 1993. – № 3; Дряхлов Н.И., Пастухов И.В. Социология труда: опыт преподавания, трудности, поиск решений // СОЦИС. – 1993. – № 6. – С. 3-20; Лутовинов В.Н. Преподавание социологии в военных заведениях // СОЦИС. – 1994. – № 8-9; Кальмансон А.А. Социология в техническом вузе (заметки преподавателя) // СОЦИС. – 1996. – № 11. – С. 116-119; Буланова М.Б. Методика проведения семинарских занятий по социологии // СПЖ. – 1998. – № 4; Левченко И.Я. Обобщая опыт преподавания социологии // СОЦИС. – 1999. – № 5. – С. 138-139; Титаренко Л.Г. Методические аспекты совершенствования социологии с учётом зарубежного опыта // СОЦИС. – 2000. – № 8. – С. 132-137; Выборкова В.В., Варбузов А.В., Орлова Л.А. Инновационные методики в преподавании социологии // СОЦИС. – 2001. – № 3. – С. 123-126; Татарова Г.Г. Математическое моделирование социальных процессов в социологическом образовании // СОЦИС. – 2001. – № 8. – С. 129; Майкова Э.В., Симонова Е.В. Социологическое образование в

техническом университете // СОЦИС. – 2001. – № 6. – С. 131-135; Маликова Н.Р. О некоторых инновационных методах преподавания социологии // СОЦИС. – 2002. – № 2. – С. 120-123; Шарапова С.А. Игровые ситуации в преподавании социологии // СОЦИС. – 2003. – № 2. – С. 130-134; Добренков В.И. Социологическое образование и социологическое сообщество // СОЦИС. – 2004. – № 4. – С. 113-120; Шарапова С.А. К вопросу об интерактивных методах в преподавании курса социологии // СОЦИС. – 2004. – № 12. – С. 130-132 и др.

4. Филиппова Т.В. Социология в Интернете // СОЦИС. – 2000. – № 5. – С. 131-137; Филиппова Т.В. Интернет как инструмент социологического исследования // СОЦИС. – 2001. – № 9. – С. 115-121; Социологические публикации в Интернете (по материалам бюллетеня Российской социологической сети) // СОЦИС. – 2001. – № 3. – С. 154-155; Батыгин Г.С. Социология Интернет: наука и образование в виртуальном пространстве // Социологический журнал. – 2001. – № 1. – С. 180-196; Щеглова С.Н. Использование интернет-технологий в преподавании социологических дисциплин // СОЦИС. – 2002. – № 4. – С. 130-134; Добрякова М.С., Радаев В.В. Эксоцентр: центр экономической социологии в Интернете // СОЦИС. – 2004. – № 4. – С. 146-147; Давыдов В.В. Компьютерные технологии для социологии (обзор зарубежного опыта) // СОЦИС. – 2005. – № 1. – С. 131-138 и др.

5. Городяненко В.Г. Социологическая библиография: понятие источниковедения частично-аннотированный библиографический указатель литературы по социологическим дисциплинам за 1987-1998 годы. – Д.: Изд-во ДГУ, 1999. – 159 с.; Городяненко В.Г. Историография социологии: понятие саморефлексии и частично аннотированный библиографический указатель историко-социологической литературы. – Д.: ДНУ, 2000. – 154 с.; Галузева соціологія. Збірник частково анотованих покажчиків літератури за 1980-2002 роки / Відп. ред. В.Г. Городяненко. – Д.: ДНУ, 2003. – 418 с.; Теорія та історія соціології. Частково анотований бібліографічний покажчик літератури зі спеціальності 22.00.01 / Відп. ред. В.Г. Городяненко. – Д., 2004. – 98 с.; Соціологія соціального управління. Частково анотований бібліографічний покажчик літератури за 1959-2005 роки / Відп. ред. В.Г. Городяненко. – Д.: ДНУ, 2005. – 108 с.; Социальная структура и социальные отношения в общества. Частично аннотированный библиографический указатель литературы за 1980-2004 годы / Отв. ред. В.Г. Городяненко. – Д.: ДНУ, 2005. – 61 с.; Фахові соціологічні галузі: Збірник бібліографічних покажчиків літератури за 1980-2006 роки / Відп. ред. В.Г. Городяненко. – Д.: ДНУ, 2006. – 186 с.

6. Учебники и учебные пособия по социологии. Частично аннотированный библиографический указатель литературы за 1980-2001 гг. / Отв. ред. В.Г. Городяненко. – Д., 2002. – 299 с.; Підручники та посібники з соціології. Бібліографічний покажчик літератури за 1980-2005 роки / Відп. ред. В.Г. Городяненко; 2-е вид. доповн. – Д.: ДНУ, 2006. – 174 с.

7. Методика викладання соціально-гуманітарних дисциплін. Бібліографічний покажчик літературних джерел та періодичних видань за 1959-2007 роки / Відп. ред. В. Г. Городяненко. – Д.: ДНУ, 2007. – 74 с.

Міста в перспективі «Нової Європи»
Нагорняк Тетяна Леонтіївна, проректор
з науково-педагогічної роботи, інновацій та
стратегічного розвитку Донецького національного
університету імені Василя Стуса (м. Винниця), доктор
політичних наук, професор.

Світопорядок сьогодні знову перебуває на межі нових випробувань. Картина світу наразі є мінливим дизайном, в якому держави і міста, які утримують світове лідерство протягом останніх десяти років, змінюються новими лідерами і народжують нові тренди розвитку. Прагнення світу до біполярності робить уразливими політичні території європейського континенту і держави Європейського Союзу в тому числі. «Нова Європа» – умовна категорія, яку використовують політологи, називаючи спроби європейських держав переглянути свою роль у встановлення нового світопорядку, зберігши впливовість ЄС як самостійного суб'єкта світової політики і економіки. Причини, які активізують ці спроби, лежать в площині конфлікту інтересів між США, з одного боку, і Росією, Китаєм, Південною Кореєю – з іншого.

Про цей конфлікт публічно заявив Дональд Трамп, презентуючи у грудні 2017 року Стратегію національної безпеки США [1]. Європейські лідери з трибуни Всесвітнього економічного форуму в Давосі в січні 2018

року демонстрували то проамериканську, то проросійську позицію, що очікувано. Але найбільш більш цікавим стали заяви Ангели Меркель і Еммануеля Макрона про 10-річну стратегію формування Нової Європи і наміри виходу ЄС з-під зовнішньої вуалі впливу з боку світових мегаакторів [2].

Спроба проаналізувати і спрогнозувати можливості Європи втримати статус потужного гравця на світовій арені в умовах нових трендів зміни світопорядку зумовили ці роздуми. Говорити про формування Нової незалежної Європи можна в контексті трьох сценаріїв:

1. Збереження формату Європейського Союзу. Для цього необхідно реформувати взаємини Великобританії і 28 країн-членів ЄС, а також запропонувати нову модель їх внутрішньої інтеграції без Великобританії. Як тільки Великобританія покине Євросоюз остаточно, відразу ж розпочнеться процес масового виходу або значно зросте конфліктогенність навколо умов перебування в ЄС тих держав, які виступають донорами європейської економіки. Ті члени ЄС, які отримали фінансову допомогу, почнуть вести торги про списання боргу. Національні уряди будуть змушені вирішувати питання внутрішньої безпеки, утримання влади в контексті наростання внутрішніх протиріч і зовнішніх кібератак, вимагати від Брюсселя передачі повноважень на місця. Глобальний статус ЄС в будь-якому випадку буде звужуватися при тому, що євро залишиться в обороті паралельно з національними валютами держав і зростаючим, безконтрольним (в інституціональному сенсі) впливом нефіатних грошей (криптовалюта).

2. Нова Європа без ЄС, але навколо європейських наддержав, які зможуть зберегти такий статус. Сьогодні в Італії, Франції та Німеччині активізувалися націоналістичні сили, які однозначно претендуватимуть на державну владу на загальних виборах в Німеччині

та Франції. Велика ймовірність такого ж сценарію і на позачергових виборах в Італії, де термін роботи уряду закінчується в середині 2018 року. Націоналістичні політичні сили будуть «закривати» кордони, посилювати міграційне законодавство, сприяти розпаду Європейського Союзу на користь суверенітету національних держав. Це, в свою чергу, посилить фінансові ризики (особливо в банківському секторі), але дозволить укласти нові союзи – партнерства, із залученням провідних світових наддержав (при зацікавленості останніх). Центральноевропейські країни вже сьогодні поступаються країнам Азії в рейтингах глобального розвитку. Німеччина і Франція (так само, як і Китай, Японія, Росія) – держави, чії бренди визначали світову політику і економіку в останні 50 років – втрачають свою впливовість і основною причиною цього факту є помилковість фокусування їх стратегій на економічних акцентах. За оцінками експертів, друга хвиля фінансової кризи зачепить саме Євросоюз, Китай і США, чії сумарні борги варіюються сьогодні від 300 до 650% ВВП [3]. Перша хвиля кризи була в 2007 – 2009 рр. і зачепила найбільше США. Епіцентром тоді став ринок іпотечних паперів і сумарний борг Америки дорівнював 350% ВВП. У цих умовах, Австралія, Гонконг, Сінгапур, Нова Зеландія – поряд з Норвегією, Швейцарією, Швецією – будуть боротися за топові позиції успішних брендів світу. Чіпляючись за перспективи останніх, Канада формує в обхід Нової Європи Транстихоокеанське партнерство (ТТП) на базі економік 11 країн (Австралія, Бруней, Канада, Чилі, Японія, Малайзія, Мексика, Нова Зеландія, Перу, Сінгапур і В'єтнам). І хоча перемоги Дональда Трампа, США вийшли з угоди, за сьогоднішніх умов ТТП – це чверть обороту світової економіки. Про це заявив прем'єр-міністр Канади Джастін Трюдо на останньому Давоському форумі [4]. З огляду на вище зазначене, збереження в перспективі глобального статусу наддержав

Німеччиною, Францією та Італією сумнівно.

3. «Нова Європа» на базі глобальних міст і світової мережі їх взаємодії. Глобальні міста, завдячуючи професору Чиказького університету, соціологу і економісту Сакс Сассен [5], ми розуміємо, як центральні точки світової економіки і політики, де зосереджені: штаб-квартири впливових банків, міжурядових і транснаціональних організацій; центри цифрової економіки, IT-індустрії, фінансові біржі; управління стратегічними ресурсами світу. Переваги глобальних міст в тому, що велика частина послуг і товарообігу переведена на аутсорсинг, тобто життя глобальних міст більше схоже на комунікаційні та цифрові потоки, контроль над якими не здатна провадити держава, на території якої знаходиться альфа-місто.

Якщо на початку ХХІ століття такі потоки переважно мали місце на осі «Нью-Йорк – Лондон», то сьогодні Лондон втрачає свої позиції і першість забирає вісь «Токіо – Сінгапур». Урбанізація, як світовий тренд, безперечно залишиться і європейським. В світі продовжуватимуть зростати міста з населенням більше 10 млн. мешканців. Конкуренція між альфа-містами/економічними агломераціями в Європі змістить «центр Європи» в країни Західної і частково Північної Європи. Провідні позиції серед глобальних міст Європи в найближче десятиліття будуть мати Париж, Лондон, Стокгольм, Відень, Цюрих, Мюнхен, Дюссельдорф, Франкфурт, Женева, Копенгаген. У 2017 році в десятку європейських альфа-міст вперше увійшов Базель (Швейцарія), а Брюссель втратив 5 позицій свого рейтингу в зв'язку з частими терористичними актами. Якщо простежити глобальні зв'язки цих міст, ми отримуємо прямі потоки зі світовими містами Канади (Ванкувер, Торонто і Оттава), США (Сан-Франциско, Бостон, Нью-Йорк, Сіетл), Азії та Тихоокеанського регіону (Сінгапур, Бангкок, Токіо, Кобе, Йокогама, Гонконг, Сеул, Тайбей, Шанхай и Пекін), а також з містами Нової Зеландії

та Австралії (Окленд, Сідней, Мельбурн) [6].

Оцінюючи напрямки внутрішньоевропейської міграції населення, слід звернути увагу і на те, що відтік з мегаполісів залишиться. Люди їдуть в пошуках комфортного для життя місця. Це маленькі екологічні міста, маловідомі для більшості – Гальштатт (Австрія), Генгенбах (Німеччина), Грюйер (Швейцарія), Кольмар (Ельзас.Франція). Таким чином, «Нова Європа» як впливовий центр світової політики та економіки здатна відбутися при акценті на можливостях глобальних міст і комфортних для життя локальних територій. Перші зможуть утриматися на хвилі світових трендів і формувати порядок денний процесу перерозподілу ресурсів в рамках європейського континенту. Території (міста і країни), комфортні для життя, далекі від метушні великого міста, будуть зберігати європейську ідентичність, що чимало важливо в умовах стирання державних кордонів, національностей та екологічних загроз Smart-city.

Література:

1. 5 things to know about Trump's national security strategy. – Режим доступу: <https://edition.cnn.com/2017/12/18/politics/5-things-to-know-about-trumps-national-security-strategy/index.html>
2. Merkel, Macron map out Europe's future. – Режим доступу: <https://www.neweurope.eu/article/merkel-macron-map-out-europes-future/>
3. GFP. Strenght of numbers. – Режим доступу: <https://www.globalfirepower.com/external-debt-by-country.asp>
4. In Davos, everyone is worried about the 'forgotten' people. – Режим доступу: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2018/01/24/in-davos-everyone-is-worried-about-the-forgotten-people/?noredirect=on&utm_term=.0db587b8eae6
5. Sassen S. Global networks, linked cities. – N.Y.: Routledge, 2016. – 376 p.
6. Toplist Global Cities 2017. – Режим доступу: <http://www.globalinfluence.world/en/global-cities-2017/>

**Діяльність Д. І. Яворницького по збереженню
історичної пам'яті українців у дореволюційному
Катеринославі**

Світленко Сергій Іванович, декан
історичного факультету Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, доктор історичних
наук, професор, заслужений працівник освіти України.

Історична пам'ять – важливий світоглядний чинник у справі утвердження історичної та національної ідентичностей. Той, хто програє в цьому ідейному змаганні, втрачає не тільки людність, а й територію. Наскільки цей фактор є суттєвим у житті нації та держави свідчать події останніх драматичних років новітньої історії України. Як добре відомо, нинішній мегаполіс Дніпро став надійним центрально-східним форпостом незалежної України, а його населення твердо заявило про свою українську ідентичність. Цей феномен має декілька причин, а однією з них є історична пам'ять українців, збереження й утвердження якої має тривалу історичну традицію.

Збереження історичної пам'яті городян, як і людності взагалі, значною мірою пов'язано з особливостями самого історичного процесу. Прогрес міської спільноти у різних сферах – соціально-економічній, суспільно-політичній, духовно-релігійній, етнокультурній – позитивно позначався на збереженні історичної пам'яті, її матеріальних і духовних джерел, які містяться в архівних, музейних, бібліотечних, освітніх та наукових установах, у пам'ятках монументального мистецтва й архітектури, у приватних зібраннях і колекціях. І, навпаки, численні війни, повстання, неврожаї й голодні роки, хвороби та епідемії, землетруси та катастрофи, демографічні втрати, соціально-економічні та суспільно-політичні кризи – всі ці обставини справляли негативний вплив на збереження споминів про минувшину, вели до їх деформування, фрагментаризації, а часом і до забуття пройдешнього [1,

с. 3].

Поряд із цим історична пам'ять завжди суб'єктна і залежить від її носія – людини, зокрема від його віку, статі, етнічного та національного походження, соціального статусу, релігійно-конфесійної належності, виховання, освіти, мови, культури, ідеологічних переконань та політичних уподобань, сімейного стану, життєвого досвіду тощо. Вся ця сукупність чинників впливає на «фільтри пам'яті», кажучи словами німецького дослідника Р. Козеллека [2, с. 293-297].

У процесі вивчення збереження історичної пам'яті ще недостатньо вивчена роль суб'єктивного чинника – людини. Втім, саме людський чинник, часто попри несприятливі ідеологічні, суспільно-політичні умови, відігравав вагомий роль у збереженні й відродженні знань про минуле. В історії нашого міста таку ключову роль у першій половині минулого століття відігравав визначний український вчений Д.І. Яворницький. Саме ця постать на початку ХХ ст. зробила вагомий внесок у збереження історичної пам'яті українців.

За Першим Всеросійським переписом 1897 р. в тодішньому Катеринославі налічувалося 112 839 мешканців, серед яких 17 787 або 15,76% населення належало українцям [3, с. 22]. Втім, якщо враховувати території українських козацьких поселень, які безпосередньо примикали до губернського центра і перебували з ним у нерозривному зв'язку, чисельність місцевої української спільноти була значно більшою.

За умов системного зросійщення теренів колишніх Вольностей Війська Запорозького Низового імперським режимом, коли українці славетного козацького краю не мали можливостей вільно долучатися до української національної освіти, науки та культури, особлива роль належала збереженню їх історичної пам'яті, без якої не могло бути й мови про творення нової модерної української національної ідентичності. За тих історичних обставин

український учений-патріот Д.І. Яворницький виявив цілий ряд інтелектуальних ініціатив задля збереження історичної пам'яті українців нашого міста і краю в цілому. На початку ХХ ст. він доклав значних зусиль у справі створення й розбудови Обласного музею імені О.М. Поля, який утвердився як установа, за словами Д.І. Дорошенка, «з чистим вже українським характером» [4, с. 151].

За роки подвижницької діяльності ученого колекція його музейного дітища перетворилася на дійсно фундаментальну, об'єднавши близько 80 тисяч експонатів, у тому числі понад 2 300 цінних реліквій періоду запорозького козацтва [5, с. 12]. Але вже навіть перед своїм відкриттям у 1905 р. музейне зібрання справляло велике емоційне враження на присутніх і цілком виявляло свою українську спрямованість. Ця унікальна музейна перлина зберігала цілі пласти української історії та культури, козацької спадщини і стала матеріальною основою українського інтелектуального співтовариства, в тому числі міста на Дніпрі [6, с. 153]. Завдяки наполегливим зусиллям Д.І. Яворницького та його однодумців Обласний музей імені О.М. Поля став найважливішим культурним осередком дореволюційного Катеринослава зі збереження української історичної пам'яті, особливо козацького періоду.

Не менш важливу роль відіграв Д. І. Яворницький в організації діяльності Катеринославської ученої архівної комісії. Ця установа не мала власного приміщення, а розміщувалася спочатку в Катеринославському комерційному училищі, а згодом в Обласному музеї імені О. М. Поля. Директор музею Д. І. Яворницький створив всі умови для роботи Комісії. Остання активно приступила до формування унікальної наукової бібліотеки з історії, археології, етнографії, історичної географії та інших наук. Основний масив стародруків і книжок ХІХ ст., що й нині входять до музейної колекції, склали фрагменти

бібліотек членів Катеринославської ученої архівної комісії, зокрема Д. І. Яворницького, Я. П. Новицького, В. О. Біднова, А. С. Синявського та ін. [7, с. 54].

Наукова й науково-популярна діяльність Д. І. Яворницького та інших активних членів Катеринославської ученої архівної комісії з вивчення й публікації цінних архівних матеріалів з української минувшини краю, його етнографії, побуту, фольклору, літератури зробила помітний внесок у поступ української національної науки, збереження історичної пам'яті українства, у налагодження української інтелектуальної комунікації. Десятки наукових доповідей, популярних лекцій, 10 томів «Летописи Екатеринославской ученой архивной комиссии» – все це формувало наукові знання і сприяло розвитку української національної ідентичності не тільки у середовищі порівняно вузького кола інтелігентів, а й серед ширшої аудиторії слухачів та читачів [8, с. 102-105, 107].

Д. І. Яворницький мав значний вплив на організацію й діяльність українського товариства «Просвіта» в Катеринославі. З метою поліпшення бюджету цього національно-культурного осередку вчений став читати публічні лекції про Запоріжжя, прибуток від яких мав піти на потреби товариства. 6 лютого 1908 р. вперше в історії міста Д. І. Яворницький виголосив публічну лекцію «Україно-руське козацтво в історії» українською мовою. Взагалі лекції знавця історії українського козацтва, життя та творчості Т. Г. Шевченка, прочитані у «Просвіті», часто за участю кобзарів, викликали великий інтерес у шанувальників української історії, мови та літератури. Ця просвітянська діяльність, безперечно, сприяла збереженню історичної пам'яті українців та розширенню українського інтелектуального простору в губерньському місті [9, с. 21-22, 502-503].

Важливе значення для утвердження історичної

пам'яті українців дореволюційного Катеринослава мало проведення Шевченківських роковин, які традиційно вважалися одним із найважливіших заходів Катеринославської «Просвіти». У 1911-1913 рр. для урочистого проведення Шевченківського свята просвітяни наймали в цей день найкращі зали: або в Англійському клубі, або в Комерційному зібранні. Перед початком святкових концертів зі вступним словом виступали Д. І. Яворницький, Д. І. Дорошенко або Г.Г. Черняхівський [4, с. 176].

Різнобічна діяльність Д.І. Яворницького здобула широке визнання серед громадськості вже напередодні Першої світової війни. Яскравим підтвердженням цього стала помітна подія, що сталася в Катеринославі

24 листопада 1913 р. Тоді у приміщенні міської управи відбулося спільне засідання Катеринославської ученої архівної комісії і ради Обласного музею імені О. М. Поля, присвячене ювілейним урочистостям з нагоди 30-ї річниці літературно-ученої діяльності Д. І. Яворницького. Ювіляр виступив з цікавою промовою, яка була зустрінута довгими й бурхливими оплесками. Урочистості тривали чотири з половиною години, бо на адресу ювіляра надійшло понад 150 телеграм, а на засідання прийшло багато бажаючих особисто привітати Дмитра Івановича. Ювілейне свято стало публічним визнанням заслуг Д.І. Яворницького, у тому числі у справі збереження ним історичної пам'яті [6, с. 165-167].

Таким чином, діяльність Д.І. Яворницького по збереженню історичної пам'яті українців дореволюційного Катеринослава відзначалася змістовністю й різноманітністю. Важливими осередками, створеними за активної участі українського вченого, були Обласний музей ім. О.М. Поля, Катеринославська вчена архівна комісія, Катеринославська «Просвіта». В межах цих інституцій Д.І. Яворницький багато зробив для збереження

пластів історичної пам'яті місцевого українства, заклав інтелектуальні підвалини цього міста як українського модерного.

Література:

1. Історична пам'ять Дніпропетровщини. – Д.: Монолит, 2012. – 476 с.
2. Козеллек Р. Часові пласти. Дослідження з теорії історії: пер. з нім. – К.: Дух і літера, 2006. – 429 с.
3. Чорний С. Національний склад населення України в ХХ сторіччі. Довідник. – К.: ДНВП «Картографія», 2001. – 88 с.
4. Дорошенко Д. Мої спомини про давнє минуле (1901-1914 роки). – К.: Темпора, 2007. – 272 с.
5. Сохань П.С., Олійник-Шубравська М.М. Видатний дослідник запорозького козацтва, полум'яний український патріот // Дмитро Яворницький. Твори: у 20 т. – Т. 1. – К.; Запоріжжя, 2004. – С. 11-33.
6. Світленко С. Дмитро Яворницький: вчений та педагог в українському інтелектуальному співтоваристві: моногр. – 2-ге вид. – Д.: Ліра, 2017. – 312 с.
7. Ковальський Н.П., Абросимова С.В. Из истории Екатеринославской ученой архивной комиссии (1903-1916 гг.) // Археографический ежегодник за 1988 год. – М., 1989. – С. 52-57.
8. Синявський А. Вибрані праці. – К.: Наук. думка, 1993. – 381 с.
9. Чабан М.П. Діячі Січеславської «Просвіти» (1905-1921): Біобібліографічний словник: Близько 670 імен. – Д.: ІМА-прес, 2002. – 536 с.

Трансформація київського комерційного простору в другій половині XIX – на початку XX ст.

Водотика Тетяна Сергіївна, науковий співробітник відділу історичної регіоналістики Інституту історії України НАН України, кандидат історичних наук.

Друга половина і особливо кінець XIX століття – час інтенсивного зростання та змін у Києві. Історична столиця зазнала небаченого економічного розвитку. Київ став центром цукрової промисловості, фінансовим центром для кількох губерній. Київ змінився з неординарного, але все-таки не великого центру губернії на величезне для України місто з новими економічними можливостями.

Друга половина XIX ст. також позначилася значними змінами в соціальній структурі імперського суспільства. Це був час для зростання нової соціальної групи – підприємців, яка повинна була стати новою елітою. Вони намагалися показати своє багатство і в той же час – показати своє право на місто.

Прагнення відрізнятись веде до зростання популярності еkleктики та практики «архітектури вибору». Класицизм змінився неоромантизмом і неоготикою, стилями ренесансу та бароко, готикою, «Рюс», іноді використовувалися мавританські елементи. Архітектура стає способом реклами, дорогим інструментом саморепрезентації. Це був час пошуку шляхів демонстрації капіталу та надійності, свого роду самоствердження через архітектуру, затвердження права підприємців на міський простір.

Клієнти замовляли використання власних символів у будівельному оформленні. Наприклад, дружина лікаря замовила жіночу статуетку Медицини на фасаді сімейного дому. Національні та релігійні традиції також впливали на смаки. Католики віддавали перевагу готиці, євреї та караїми – мавританські мотиви в декораціях будівлі [3, с. 8].

Зростання торгівлі заявило про себе в різних варіаціях на тему Меркурія та Афіни Паллади. Масштабні фігури були рідкістю, але крила, кадуцеї, обличчя у крилатих капелюхах – були набагато популярнішими [3, с. 9-10].

Зміни в структурі міста

Економічне зростання призводить до значних змін у структурі міста. Особливих змін зазнав Хрещатик – зносили дерев'яні будинки, влаштували базар, для водопостачання були побудовані басейни. У 1870-80-х роках були зведені кам'яні двоповерхові будинки для банків, готелів, магазинів, друкарень та ресторанів. У 1871 році тут був побудований будинок міської ради, а вулиця

продовжена на Бессарабській площі. Хрещатик стає головною вулицею міста.

У цей час (1870 р.) було побудовано також перший залізничний вокзал в стилі стриманої англійської готичних та міських дум у стилі бароко XIV століття. Обидві будівлі – думи та вокзалу – як би окреслили два центри міської діяльності – залізниця як ворота до великої економіки, а Хрещатик – як місце для нової муніципалізації та комерційного процвітання.

Отже, основні зміни, з якими зіткнулися Київ, – створення нового торгового центру та занепад старого (мова йде про Поділ).

Старі місця - нові ролі

Поділ відомий з часів Русі як центр торгівлі та ремесел. Район зберігав цю роль до XIX століття. Контрактова площа була серцем щорічного Контрактового ярмарку протягом XVIII – XIX століть.

Після великої пожежі в 1811 р. Контрактова площа була реконструйована. Поверх середньовічної мережі вузьких вулиць була прокладена прямокутна мережа нових широких вулиць. Територія була значно розширена і почала забудовуватись класичними житловими, адміністративними та комерційними будинками (Будинок контрактів 1815-1817 рр., Гостинний двір). Будинок контрактів став комерційним центром цієї частини міста.

Але з часом ярмарок занепадав. У 1870-74 продано товарів на 2,2 млн. рублів, а в 1884 – лише на 565 тис. рублів. Причини занепаду ярмарок лежали в економічній сфері – торгівля хлібом перемістилася в Одесу та інші чорноморські порти, ставали популярними інші види довгострокової торгівлі, а не контракти, підписані під час ярмарку. У 1869 році була відкрита Київська фондова біржа. І там підписувалось все більше і більше контрактів. Отже, ключовий комерційний район Києва переїхав до Хрещатика та сусідніх вулиць.

Що сталося з Подолом? Він став центром борошномельної

промисловості. Нові потужні вальцеві млини змінили Київський Поділ. Серед цих будівель маємо згадати велику чотириповерхову фабрику М. Хрякова на розі вулиць Новокосянтинівської та Оленівської. Найбільшим був млин Л. Бродського на Поштовій площі, побудований наприкінці XIX століття. Багатоповерхові млини та офіси кардинально змінили зовнішній вигляд малоповерхового Подолу.

Створення нових просторів

Політичні та військові виклики в 1840-х роках змусили імперський уряд будувати нову фортецю у Києві. Російська імперія (вірніше цар Микола I) хотіла встановити правопорядок у Європі та у власній імперії після польського повстання 1830-1831 рр.

Нова Печерська фортеця, будівництво якої почалося в 1831 році і закінчилося в 1860 році, була монстром для не великого міста. Її ніколи не використовували за призначенням. І вона закономірно гальмувала розвиток міста.

Фортеця окупувала центральну частину, була автономною одиницею в ній і не мала ніяких зобов'язань перед містом: не сплачувала податки за користування землею, не мала жодних обов'язків щодо плану розвитку Києва. Крім того, місто було змушено виділити безкоштовні земельні ділянки для внутрішніх мігрантів з Печерська. Комендант, на свій розсуд, міг надати на території фортеці земельні ділянки для садів, будівель та ін., які зводились без планів. Суперечки між містом і фортецею про скасування еспланадних правил тривали кілька років. Ці обмеження були анульовані лише в 1909 році.

Отже, фортечний будівельний проект спричинив кардинальні зміни в плануванні міста. Для переселенців земельні ділянки були встановлені на схилах гори в долині Хрещатик уздовж Васильківської дороги в долині річки Либідь. Це створило нову частину міста – «Нове строєніє»

і «Липки» – фешенебельна частина міста. Відразу почався інтенсивний розвиток: були заплановані та закладені нові вулиці, інтенсифікувалось житлове будівництво. Це приклад, коли держава та міська влада сприяли творчому руйнуванню. Дерев'яні будинки передмістя були зруйновані, щоб розчистити місце для нового життя.

Інтенсивний розвиток Хрещатика та сусідніх вулиць розпочався в 1830-х роках. Це була Хрещатикська долина, болота насправді. З часом їх осушили. У 1870-80-х роках будуються кам'яні будинки, в яких розташовувалися банки, готелі, магазини, друкарні, ресторани. Незважаючи на болотисте минуле, нові вулиці мали яскраве майбутнє.

Хрещатик і сусідні вулиці утворили Липки – елітну частину міста. Планування Липок сформувалось в 1830-х роках, має регулярний характер. З 1850-х років Липки перетворився на адміністративний, фінансовий, військовий, освітній та культурний центр Києва.

У 1874-76 рр. будівля міської ради в стилі бароко Людовика XIV була побудована на вулиці Хрещатик. Планувалося, що будівництво Думи буде вигідне для наповнення міських фондів: на його першому поверсі передбачено 19 кімнат для оренди магазинів та кафе. Це була головна подія для вулиці. Будівництво будинку міської ради по суті перетворило Хрещатик на коридорну вулицю.

У 1882 році купецька рада побудувала спеціальний будинок для своїх потреб, з найкращим концертним залом у місті. Крім того, київські купці разом з будинком торгової асамблеї також звели літній ресторан і театральний зал за проектом архітектора В.Н. Ніколаєва [2, с. 35].

Пізніше Хрещатик було продовжено до Бессарабської площі, де в 1912 році був побудований Бессарабський ринок. Хрещатик став цілком комерційною вулицею – починався з Купецького клубу, закінчувався ринком.

Інститутська вулиця теж стала прикладом просторових

змін. На вулиці з'явилося Київське міське кредитне товариство, будинок Київської фондової біржі, зведений архітектором П. Шлієром у стилі Пізнього Відродження. На цій вулиці в 1913 році знаходився Санкт-Петербурзький міжнародний комерційний банк, консульства Бельгії, Іспанії та Португалії, Перше київське відділення Державного банку.

На вулиці було зведено багато розкішних особняків – вони стали оселями для найбагатших людей міста. Особняк на розі Шовковичної вулиці був збудований архітектором В. Ніколаєвим у 1880-х роках для директора банку В. Рубінштейна, потім він був власністю банкіра М. Гальперіна. Два будинки № 20 та 22 були побудовані в 1897 та 1910 роках для купця М. Зайцева та генерала на пенсії В. Миклашевського [1, с. 59].

Ще один новий центр ділового життя сформувався біля залізничного вокзалу. Пасажирський Київський вокзал був відкритий у 1870 році. Нові вулиці навколо станції були побудовані з готелями, офісами, орендованими будинками. Прикладом цього є будівля Південно-Російської асоціації торгівлі фармацевтичними товарами. Вона була побудована в 1898-1899 роках. Будівля була власністю аптекаря Адольфом Марченчиком. Він був одним з кращих фармацевтів у місті, відкрив лабораторію для створення нових ліків. З часом його фірма перетворилася в Південно-російську асоціацію торгівлі фармацевтичними товарами. У 1896 р. вогонь знищив свою аптеку по вул. Хрещатик. Так, фірма переїхала на вул. Саксаганського і через два роки нова будівля з магазином, магазинами та офісами була готова відкрити свої двері споживачам. Будівля була прикрашена барельєфами зі сценами лікування та давніх лікарів, які повторювалися кілька разів [3, с. 20].

Що таке комерційний простір?

У цей термін ми включаємо «комерційні приміщення» – банки, магазини, адміністративні будівлі корпорацій

/ страхові компанії тощо, готелі та клуби. Можна також говорити про два аспекти комерційного простору. Перший з них стосується взаємодії підприємців (банки, адміністративні будівлі корпорацій / страхові компанії тощо, біржі, готелі та клуби). Другий – це простір взаємодії підприємців та їхніх клієнтів (магазини, пасажі).

Київ зумів створити ідеальну перспективу розширення комерційного простору, відкритий для підприємців поза національністю. Але це твердження справедливе лише наприкінці XIX – на початку XX ст. 1910-і роки стали часом росту шовінізму та націоналізму. Але це тема для подальших студій.

Література:

1. Друг О., Малаков Д. Особняки Києва. – К.: Київ, 2004. – 823 с.
2. Кальницький М. Зодчество и зодчие. – К.: ВАРТО, 2012. – 336 с.
3. Мокроусова О. Декоративне оздоблення архітектурних будівель Києва кінця XIX-початку XX ст. // Українське мистецтвознавство. – 2016. – № 16. – С. 4-22.

Формування партнерських відносин між місцевою владою та бізнесом

Квітка Сергій Андрійович, доцент кафедри державного управління та місцевого самоврядування Дніпропетровського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентіві України, кандидат філософських наук, доцент.

Розвиток публічно-приватного партнерства в сучасній Україні покликаний сприяти залученню приватного капіталу до інфраструктурних галузей, що, в свою чергу, має допомогти в досягненні головного завдання нагальних антикризових заходів уряду та інших органів державного, регіонального та місцевого управління у сфері оздоровлення державних фінансів, зменшення дефіциту державного бюджету. Головним інструментом цих заходів є реновація

інфраструктури, що має забезпечити короткострокові переваги у вигляді збільшення внутрішнього споживання та такі довгострокові цілі, як підвищення ефективності економіки та зменшення витрат на утримання тої чи іншої галузі.

Незважаючи на те, що взаємодія держави та приватного бізнесу існує з давніх часів, активне становлення ідеології партнерства бізнесу і влади у сучасному розумінні у цій сфері почалося в першій половині 90-х років ХХ ст. Привабливість публічно-приватного партнерства полягає в тому, що воно дозволяє вирішувати багато економічних проблем, що стоять перед публічною владою. В першу чергу це стосується пошуку альтернативних джерел інвестиційних ресурсів та підвищення ефективності управління. Також у світі накопичено чималий досвід впровадження технологій публічно-приватного партнерства, які дозволяють поєднати інтереси бізнесу і влади при наданні суспільних послуг. Цей досвід свідчить і про різноманіття організаційних структур підтримки та розвитку цих відносин, юридичних форм, економічних механізмів стимулювання тощо.

В умовах соціальних перетворень в сучасній Україні механізми публічно-приватного партнерства можуть стати ключовим інструментом реалізації багатьох інфраструктурних проектів, які входять до антикризових програм. Реалізуючи ці проекти за допомогою різноманітних моделей партнерства влади та бізнесу, уряд підвищує споживання всередині країни без зростання витрат державного бюджету. Іншою позитивною рисою такої співпраці є підвищення ефективності проектів, адже приватний сектор більшою мірою орієнтується на результативність у порівнянні з державним. Отже, публічно-приватне партнерство є сучасним механізмом, який може забезпечити реалізацію складних суспільно-корисних проектів завдяки поєднанню ресурсів держави

та приватних партнерів.

Незважаючи на те, що для України публічно-приватне партнерство є ще досить новим явищем і знаходиться в стані початкового розвитку, у нашій країні вже накопичений деякий досвід упровадження партнерських взаємовідносин між владою та бізнесом, який потребує осмислення з урахуванням практики, що склалася в провідних західних країнах.

У країнах з перехідною економікою розвиток публічно-приватного партнерства пройшов три етапи: 1) 1990-2001 роки, 2) 2002-2007 роки; 3) починаючи з 2008 року і по теперішній час. Перший етап характеризувався стрімким розвитком публічно-приватного партнерства у світі та розширенням географії використання цих технологій. На другій фазі публічно-приватне партнерство набуло зрілості, зокрема, державні органи влади розробляють нові засади та умови залучення приватного партнера, тоді як приватні компанії еволюціонують у вимогах щодо більш збалансованого розподілу ризиків у проектах. Третій етап характеризується зміною основних правил залучення приватних партнерів до інфраструктурних проектів: разом зі збільшенням урядових видатків, у першу чергу, у сфері реновації інфраструктури, змінилася роль держави, яка стала активніше виступати в ролі інвестора в більшості проектів (див.: [1]).

Для розуміння специфіки форм і методів публічно-приватного партнерства необхідно з'ясувати його специфіку в рамках усієї системи відносин бізнесу і влади. У всьому розмаїтті співпраці держави і приватного сектора партнерство займає особливе місце. Моделі і структура власне публічно-приватного партнерства дуже різноманітні, проте їх об'єднують деякі характерні особливості, що дозволяють виділити публічно-приватне партнерство в самостійне явище. Партнерство будується як формалізована кооперація державних та приватних

структур, спеціально створювана під ті чи інші цілі і спирається на відповідні домовленості сторін. Як свідчить досвід країн з розвиненою економікою, основні риси публічно-приватного партнерства, що відрізняють його проекти від інших форм відносин публічної влади і приватного бізнесу, полягають у наступному:

- досить тривалі терміни дії угод про партнерство (від 10 до 20 років й більше, у разі концесій – до 50 років). Часова обмеженість чітко витримується: проекти зазвичай створюються під конкретний об'єкт (порт, дорога, об'єкт соціальної інфраструктури тощо), який повинен бути завершений до певного терміну;

- специфічні форми фінансування проектів: за рахунок приватних інвестицій, доповнених державними фінансовими ресурсами (нерідко значними), або ж спільне інвестування декількох учасників;

- реалізація партнерських відносин в умовах конкурентного середовища, коли за кожен контракт або концесію відбувається конкурентна боротьба між декількома потенційними учасниками;

- специфічні форми розподілу відповідальності між партнерами: держава або орган місцевого самоврядування встановлює цілі проекту із позицій інтересів суспільства і визначає вартісні та якісні параметри, здійснює моніторинг за реалізацією проектів, а приватний партнер бере на себе оперативну діяльність на різних стадіях проекту – розробка, фінансування, будівництво та експлуатація, управління, реалізація послуг споживачам;

- розподіл ризиків між учасниками угоди на основі відповідних домовленостей сторін.

Крім того, партнерські відносини влади і бізнесу вимагають узгодження інтересів цих двох основних інститутів сучасного суспільства і економіки. Варто пам'ятати, що публічно-приватне партнерство є не просте додавання ресурсів. Кожна із сторін партнерства має власні

цілі, вирішує свої конкретні завдання, сторони мають різні мотивації. Наприклад, міська влада зацікавлена у зростанні обсягів та поліпшенні якості послуг інфраструктурних та соціально орієнтованих галузей населенню і економічним агентам, а приватний сектор прагне стабільно отримувати і збільшувати прибуток.

Також кожна із сторін партнерства вносить свій внесок у загальний проект. На боці міської влади в проектах публічно-приватного партнерства – правомочності власника, можливість податкових та інших пільг, гарантій, а також отримання певних обсягів фінансових ресурсів. Міська влада як ключовий суб'єкт і основний регулятор на відповідній території має право при необхідності перерозподіляти ресурси з чисто виробничих програм на соціальні цілі (освіта, охорона здоров'я, наука, культура), а це в багатьох випадках не тільки сприяє загальному поліпшенню соціально-економічного клімату, але й підвищує інвестиційний рейтинг країни, регіону, міста, прямо позначається на партнерських проектах. Більш того, в публічно-приватному партнерстві влада отримує більш сприятливу можливість зайнятися виконанням своїх основних функцій – контролем, регулюванням, дотриманням суспільних інтересів [2, с. 51-52].

Література:

1. Авксентьев М.Ю. Модели институційної підтримки державно-приватного партнерства в світі та в Україні // Формування ринкових відносин в Україні: збірник наук. праць. – К.: НДЕІ, 2010. – Вип. 3 (106). – С. 49-54.
2. Квітка С.А. Публічно-приватне партнерство як дієвий механізм взаємодії влади та бізнесу // Аспекти публічного управління. – 2015. – № 7-8. – С. 47-56.

Четверті місця: спільні, публічні та громадські простори міста

Петренко-Лисак Алла Олександрівна, доцент кафедри галузевої соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат соціологічних наук, доцент.

Сучасні мобільні технології сформували новітні практики проживання та перебування в міському просторі, завдяки яким виникли можливості заповнення пустот «проміжного», «транзитного» часу. Буденність і рутинність міського життя породжують особливі форми ставлення містян до публічних та громадських місць, як до просторів «ландшафтних проміжків», свого роду «міжпросторів». Публічні місця набувають атмосфери «попередніх місць», що являють собою просторово-часовий лаг переходів від одних практик до інших, від однієї форми контактів до іншої. М. Оже, аналізуючи транзитні території, визначив їх через поняття-образ «не-місця» [1] – таких собі «нічийних просторів», місць анонімного перебування, де людина втрачає звичну їй ідентичність. Міські простори як місця можливостей реалізації «права на місто», а саме, спільні (common) місця, публічні (public) або громадські (social) ми відносимо до категорії не-місць з транзитними та транзитивними властивостями.

Р. Ольденбургом запропоновано поняття «третє місце» (перше місце – дім, друге – робота, а громадські – третє) [2], як таке, що визначає місця для неформальних зустрічей, де люди в зручній для них час вільно та непримусово спілкуються, це місця, які є частиною повсякденного життя містян, і, що головне – потенційні простори, де формуються міські спільноти. Але в транзит(ив)них місцях таке спілкування або відсутнє, або ситуативне і короткочасне, незначиме для подальшого пам'ятання. Назвемо їх «четвертими місцями». «Четверті місця» – це

транзит(ив)ні, спільні, публічні, громадські простори, основані на практиках переходів, руху, тимчасового перебування, очікування, це зони короткочасних сервісів і комунікацій. Якщо «треті місця» сприяють формуванню спільнот, і це є їхня основна функція, то «четверті місця», будучи як формалізованими, так і ні, відсторонені від цього. Це простори індивідуалістичного споживання та поведінки в публічному оточенні. В «четвертих місцях» індивід не втрачає свою звичну ідентичність, навпаки, він набуває ідентичність транзитну, тимчасову, чітко розуміючи, що його присутність в цьому місці не тривала, хоч і може бути регулярною.

«Четверті місця» не формують спільнот, але вони можуть виступати майданчиками солідарності таких соціальних утворень як громади, спільноти та спільності. Так, громади переважно формуються через публічні простори (publicspaces), спільноти – через спільні (commonsaces), а відчуття спільності формують відкриті, вільні, громадські простори (openspaces). Кооперативність солідарності «четвертих місць» - це єднання ідеологій. Перебуваючи певний час в місцях, де індивіди оточені однодумцями за стилем життя, поведінкою, запитами послуг, споживання, вирішення певних тимчасових проблем неглобального характеру, містяни здобувають відчуття причетності себе, своєї долі, плину життя до конкретного міста і його (спів)мешканців. Формується тимчасова ідентичність. Що важливо – ці відчуття не тривалі, вони мають транзит(ив)ний характер, вони тимчасові, плинні та умовні. З. Бауман, позначаючи сучасність, охрестив її «плинною модерністю», в якій домінують потоки. Потоки подій, відчуттів, речей, інформації, мит(тевост)ей. Це простір в якому час мозаїчний та дискретний, «тут-і-зараз», це множинний, динамічний простір.

Отже, міський простір сформований чотирма типами просторовості: першими місцями – домівками містян,

другими місцями – робочими, третіми місцями – просторами буденних відкритих контактів, сервісів особистісного обслуговування, публічного комфорту, та четвертими місцями – відкритими транзит(ив)ними, потоковими, тимчасовими зонами перебування містян.

Література:

1. Оже М. Не-места. Введение в антропологию гипермодерна: пер. с франц. А.Ю. Коннова. – М.: Новое литературное обозрение, 2017. – 136 с.

2. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества: пер. с англ. А. Широкаковой. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.

Публічний простір міста у віртуальній реальності

Познанська Катерина Володимирівна, доцент
кафедри соціології Дніпровського державного
технічного університету (м. Кам'янське), кандидат
історичних наук, доцент.

Визначення публічних просторів і усвідомлення їх ролі в житті міських спільнот відсилає нас до усталеного в соціальній теорії розділення публічного простору і публічної сфери (publicrealm). Останнє поняття пов'язане насамперед з працею німецького філософа Юргена Габермаса «Структурні трансформації публічної сфери» [3].

Канадська дослідниця Маргарет Кон визначає публічний простір (як гарантований законами простір для необмеженої комунікації і реалізації громадянських прав) на противагу приватному (закрите для сторонніх приватне помешкання). Між ними розташовуються всі ті гібридні простори, які виконують публічні функції, але не відповідають всім критеріям традиційних публічних просторів: від кафе до торговельних центрів. Кон пропонує називати їх соціальними просторами [3].

Соціальний простір розуміємо як середовище, що існує

фізично, однак виступає антропологічним та культурним витвором і набуває змісту завдяки людській присутності та діяльності, що його творить. Іншими словами, соціальний простір виступає сукупністю соціальних відносин та взаємодій, що творяться у місті [1].

Публічність (міста, як і будь-якого іншого соціального топосу) це феномен соціального життя, який не завжди присутній в ньому, тобто публічність далека від натурального стану речей, вона – символічно заданий та опосередкований «уявними соціальними значеннями» феномен зазначав К. Касторіадіс [3]. Публічність можлива як віддзеркалення соціокультурного контексту, форма соціального уявного, яка конституюється навколо певних символів, знакових подій, місць та речей – складових «спільного» [3, с. 53].

Сучасне місто повинно утворювати простір для встановлення різноманітних соціальних комунікацій. Публічні простори покликані об'єднувати людей, бути місцями зустрічей для тих, чиї «життєві маршрути» по-іншому ніяк не перетинаються. «Міські простори» не лише пропонують рівний доступ для відпочинку й перепочинку, а й забезпечують життєздатність міст загалом. За відсутності комфорту у взаємодії між простором і міським «актором» (городянином, туристом, перехожим, підприємцем) соціальна динаміка поведінки проявляється на простір як такий – і в подальшому він стає нейтральним, некомфортним та «порожнім» із погляду смислів і культурних цінностей. Такий простір не сприймається цінним та випадає із загальної картини міського життя [2].

Некомфортність міського публічного простору, змушує мешканців перебиратися до віртуального публічного простору. Міста в інтернет-просторі мають власні сайти, веб-сторінки, сторінки в соціальних мережах, різних фото, відео- та аудіосервіси. Зокрема завдяки офіційним

«паблікам» міським інформаційним порталам та соціальним мережам стають швидко відомими міські новини і реакція міської спільноти на них.

Так, місто Кам'янське Дніпропетровської області має достатню публічну репрезентацію у віртуальному просторі. Офіційний веб сайт Кам'янської міської ради <http://kam.gov.ua/> повідомляє про діяльність міського самоврядування, має публічний майданчик для зворотнього зв'язку; Сайт міста Кам'янського 5692.com.ua – довідники, мапа міста, транспорт, магазини дозвілля, має лише форму для запитань. Значна кількість сторінок у соціальних мережах: ВК «Типичный Днепродзержинск» доволі багаточисельний і живий паблік з модерацією представляє собою мережевий майданчик для обговорення простими мешканцями простих подій міста в рамках «нухотьчто-тоделается» та країни «мивсеумрем»; Акаунт у Фейсбуці «Типичный Днепродзержинск» (29 123 учасника) створений тими самими простими мешканцями для вільного спілкування учасників, обміну інформацією, думками, взаємодопомоги рік тому, коли офіційно було закрито доступ до ВК. Також у Фейсбуці існує паблік «Розумне місто Кам'янське» (5 202 учасники) у статусі якої зазначено: «Учасники групи – спільнота мешканців міста Кам'янське та гостей міста, тих людей, які пов'язують своє життя в минулому теперішньому або майбутньому часі з містом Кам'янське та об'єднують спільні цінності». Ще у Фейсбуці «Позитивне місто Кам'янське» (6 781 учасників) – група являє собою майданчик для обговорення ідей, напрямків та методів розвитку міста. Є центром збору інформації, що до життєдіяльності Кам'янського». У Твіттері сторінка міста «Интересное Каменское» не має такої популярності як у попередньо зазначених (495 твіттів, 35 читачів). Приблизно такою представленістю в віртуальному просторі може похизуватися будь-яке місто України у мешканців якого є доступ до Інтернет мережі.

Але безумовно слід зазначити, що публічний простір у віртуальній реальності тільки тоді може бути публічним, якщо учасники побажають відкрити свою анонімність і дозволять порушити свою приватність. Тому створення комфортного публічного простору для таких промислових міст України, як м. Кам'янське залишається відкритим питанням.

Література:

1. Козлова І.В. Соціологічні концепції вивчення соціального простору міста: специфіка та процес формування // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ. Сер.: Соціологія. – 2013. – Вип. 258. – С. 637-646.

2. Полюга В.А. Феномен міського публічного простору (одна вулиця, два дні, місто-мільйонник: досвід соціального експерименту в місті Одеса) // Соціологічні студії. – Луцьк: Східноєвропейський нац. ун-т ім. Лесі Українки. – 2016. – № 2 (9). С. 52-55.

3. Тищенко І. Що таке міський публічний простір // Портал MISTOSITE. – Режим доступу: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/shho-take-m>

Катеринослав на мапі учнівських екскурсій початку ХХ ст.: туристична локація чи транзитна зупинка?

Савчук Надія Іванівна, доцент кафедри

іноземних мов і країнознавства Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ), кандидат педагогічних наук, доцент.

На початку ХХ ст. у Російській імперії відбувався бурхливий розвиток екскурсійної справи. Спостерігалось не лише кількісне зростання екскурсій, а й інституційне становлення, організаційне та методичне забезпечення цього сегменту туристичної діяльності. Розвиток цієї галузі поступово набував державного значення.

Досить поширеними ставали освітні, наукові, виробничі, культурно-просвітницькі, природничі та інші види екскурсій. Особливу увагу приділяли учнівським

екскурсіям як одній із важливих складових навчально-виховного процесу. Причому популярними були не тільки короткі прогулянки та відвідини визначних місць у населеному пункті, де розташовувався навчальний заклад, а й тривалі подорожі далеко за його межами.

Яке ж місце у таких туристсько-екскурсійних маршрутах займав Катеринослав, котрий на початку ХХст. став одним із найбільших промислових центрів Російської імперії? Не претендуючи на повне розкриття, спробуємо частково відповісти на це питання на основі матеріалів тогочасного спеціалізованого періодичного видання «Русский экскурсант».

Інформацію, що нас цікавить вміщено переважно у рубриках «Хроніка екскурсій» та «Рух екскурсій». У номерах журналу за 1914-1915рр. знайдено два повідомлення про екскурсії, шлях яких пролягав через Катеринослав. У червні 1912 р. відбулася мандрівка вихованців Херсонської 2-ї чоловічої гімназії за маршрутом Херсон – Умань – Київ – Катеринослав – Дніпровські пороги – Олександрівськ – Херсон. У Катеринославі екскурсанти провели один день із ночівлею. Вони побували в Обласному музеї імені О.М. Поля (нині – Дніпропетровський національний історичний музей імені Дмитра Яворницького) та на перегонах в місцевому яхт-клубі. Також учні відвідали металургійний Олександрівський Південно-Російський завод Брянського акціонерного товариства, де побачили різні етапи обробки залізної руди. У лютому 1915 р. в межах екскурсії південними промисловими районами у місто цілеспрямовано приїхали студенти Київського політехнічного інституту. Поїздка мала науковий характер, оскільки її головною метою було ознайомлення з організацією виробництва на керамічних, цементних і склоробних заводах.

Чимало відповідних відомостей міститься в опублікованих на сторінках видання коротких спогадах

першого директора Києво-Печерської чоловічої гімназії професора В'ячеслава Івановича Петра про щорічні екскурсії учнів, започатковані ще в 1892 р. Зокрема, серед здійснених за десять років подорожей було 4 виїзди закордон (Фінляндія, Швеція, Данія, Франція, Німеччина, Швейцарія, Австро-Угорщина, Італія) і 6 мандрівок Російською імперією (Крим, Кавказ, Урал, Надволжя). При цьому майже кожна поїздка в південно-східному напрямку не обходилася без Катеринослава. Зазвичай екскурсанти пливли до нього від Києва по Дніпру пароплавом, а звідти далі їхали залізницею, чи у зворотному порядку, повертаючись додому. На огляд міста виділяли від кількох годин до півдобы. Інколи залишались на ночівлю, або лише здійснювали пересадку з одного виду транспорту на інший. Об'єктами для відвідування, як правило, були Потьомкінський палац, міські сади, а також двоярусний міст та згаданий вище металургійний завод.

Отже, вигідне географічне положення, наявність річкового порту та залізниці сприяли позиціюванню Катеринослава як важливого та зручного транзитного пункту учнівських і студентських екскурсійних маршрутів. Водночас зростала його привабливість як туристичної локації, що формувала в молоді уявлення про модерне індустріальне місто.

Реновації публічних просторів у контексті світових тенденцій та перетворень в Україні в пострадянський період

Чернова Любов Євсєївна, голова правління
ГО «Освітній центр «Відкрите знання»», кандидат
філософських наук, доцент.

Нова парадигма сучасних соціально-гуманітарних наук базується на «просторовому повороті». Питання реновації публічних просторів як практичне завдання постале у

наслідок глибинних перетворень, які відбуваються на глобальному, національному та локальному рівнях і потребують оновлення суспільних відносин та інтеракцій. Для визначення можливих векторів рішення даної проблеми можна згадати підхід чиказької школи (місто як організм, екологія міста, системне планування та функціонування його підсистем), французької (місто як текст, культурно-символічний та семантичний аспекти), англійської та німецької (демократія та управління містом за участю громадян, історико-політичні аспекти), критичної школи соціології та архітектури (конкуренція та боротьба соціальних груп, «місто генерик» «місто-смітник» – соціальні аспекти). Автор тяжіє до синтезного підходу: місто як соціальний простір, польова динамічна структура синхронічних та діахронічних взаємодій, енергії потоків, яка задається архітектурно-проектувальними рішеннями.

Соціальні зміни на макрорівні пов'язані з глобальним переходом від індустріального до постіндустріального суспільства, що змінило вигляд та акценти у просторі поселень. Символами суспільства масового споживання стали великі та малі торгівельно-розважальні центри, які взяли багато функцій від спеціалізованих дозвільних закладів та перетягнули громадян з вулиць до себе (поглинули). Йде перенос з центру на периферію публічних закладів, реновація промислових будівель та районів. Візуальними домінантами стають будівлі не політичної влади, а корпорацій, елітні готелі та житлові будинки (символи багатства). Інформаційне суспільство та екранна культура породили «інформаційний шум», «інформаційне сміття», екрани на будівлях та транспорті, електронну навігацію. А-центрічність, перехід до софт (м'яких) структур вводять в міську архітектуру багаторівневість планів та потоків, концепт «плато» та «різоми» як точок перетину, якими стають площі (майдани) але на них не

затримуються. Відкритість демонструють прозорі скляні стіни – «все на виду». Індивідуалізація та «атомізація» суспільства проявилась у посиленні відчуження в публічному просторі а також в пошуках за стилем життя та інтересами «свого кола», що знайшло відгук у появі множини пропозицій (кафе, клуби, коворкінги, центри розвитку тощо). Активні молодіжні субкультури потребували спеціальних міст для зустрічей, які вони часто самі «захоплюють» або створюють. Театралізація життя, імедживість, креативність ввели елементи декору, нові форми соціального самовизначення та гри у просторі: перформанси, флеш-моби, вуличні фестивалі, стрит-арт, арт-культурні простори, перехід від монументальної скульптури к малим формам, від персоналізованих пам'ятників к символічним, абстрактним та жартівним. Не всі зміни позитивні, вирішальним стає комерційна складова, присвоєння публічного простору у приватних цілях, його перенасиченість, а люди стають лише об'єктами маніпуляцій та збагачення.

Соціальні зміни вплинули на зміни у підході архітекторів до реновацій у всьому світі. В Україні ці процеси теж йдуть, одні більше, інші – менше. Крім того, у нас йдуть процеси децентралізації. Місцева влада отримала можливість приймати рішення по реновації територій. Демократизація та зростання громадянської активності породило бажання населення брати участь в рішеннях та пропозиціях. Коли це не відбувається, – спостерігаються стихійні протести та сутички або вандалізм до нових об'єктів. Процеси декомунізації, пошуки нових ідентичностей проявилась у стихійному (знизу), а потім у легальному зносі пам'ятників, змінах топоніміки, видаленні радянської символіки у декорі. Але заміни їм часто нема або вона не консенсусна. Ці процеси визвали неоднозначну реакцію громадян, багато хто не усвідомлює зв'язку між простором, ментальними настановами та культурними звичками. Що такий зв'язок

існує підтверджено практикою співпраці архітекторів, філософів, соціологів, соціальних психологів Франції, Коста-Рики, США, Великобританії та інших країн, де зміни у плануванні районів та вулиць, архітектурні перетворення зменшували злочинність, сприяли позитивним змінам форм поведінки та спілкуванні, звичок.

Цінності сучасності, які як коди можна закарбовувати у модель публічного простору українських міст це: соціальна орієнтованість на взаємодію та комунікації; рівні можливості та права, доступність; довіра (через безпеку), свобода (вільний простір), творчість, гуманізм. В архітектурно-планувальних рішеннях це може відобразитися як динамізм та мобільність (закладати можливості трансформацій у перспективі), зв'язаність, інтегрованість, комплексність; різновекторність та поліфункціональність; модальність, кластерність, зонування; софт-структури з не явними границями; універсальний дизайн; безбар'єрність; знаки пробілу: недозаповненість, візуальна перспектива; адресність, цільова орієнтація та мобільність. Сутність змін у переході у проектуванні від форми до функції потім від функції до сценаріїв / від маси, групи до публіки, акторів, які використовують та змінюють суспільний простір.

Необхідність міждисциплінарного підходу усвідомлена у науковому українському дискурсі але ще на стало нормою на практиці. Форми участі громадськості та населення до реновацій мають формальний характер і знаходяться на початкової стадії. Як це робити, як поєднані приватні, групові та загальні інтереси – це потрібне ще шукати. Останні десятиріччя активно розвивається публічна соціологія, публічна філософія. Настав час з'явитися публічної урбаністики з залучення фахівців різних галузей та громадян на всіх стадіях розробки стратегічних планів, генеральних планів розвитку поселень та окремих проектів реновації.

Проблеми політичної бідності в сучасному місті

Шуліка Андрій Андрійович, доцент кафедри політології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, кандидат політичних наук, доцент.

Проблеми формування та посилення соціальної та економічної нерівності, яка проявляється в поглибленні диференціації доходів, привертає до себе все більшу увагу в громадських і наукових колах.

Політична сфера знаходиться у стійкій взаємодії з різними сферами людської життєдіяльності. Соціальна нерівність перш за все базується на основі економічного положення в країні та світі, але має політичний вимір, позначаючись на ступеня участі громадян у вирішенні загальних справ. Від нерівних можливостей в економічному та соціальному положенні індивідів та соціальних груп прямо залежать їх позиції та можливості в політиці, їх громадянська активність. Основні фактори соціальної нерівності впливають на формування політичної і правової нерівності. Ця проблема набуває особливої гостроти, коли соціально-економічна нерівність стає надмірною і екстраполюється на політику. «Ті, що знаходяться вгорі і володіють багатством, намагаються закріпити своє домінуюче становище в державі. Ті ж, хто опинився «на дні» і відчуває тяготи бідності, випадають з політичного процесу» [1, с. 83].

Тома Пікетті зазначає, що вже починаючи з 1980-х рр. дві третини приватного капіталу, наприклад, у Франції виявилися успадкованими капіталами. З огляду на значний розмір капіталів, що передаються у спадок у Франції Пікетті припускає, що ця тенденція буде продовжувати тривати, цілком ймовірно, ще до 2050-х рр. частка успадкованого багатства становитиме 90% всього приватного капіталу, тобто повернеться до рівня, що існував на початку ХХ ст. [2, с. 147] Така ситуація буде катастрофічною з огляду на

проблеми соціальної рівності. Перш за все через те, що така економічна нерівність буде закріплювати соціально-політичну нерівність різних верств населення.

На збільшення розриву між бідними і багатими впливають, крім об'єктивних чинників, цінності та мотивації людей в економічній сфері, що призводять до різних моделей соціально-економічної адаптації в цілому.

Згідно до практики розвитку соціальної нерівності «культура нерівності» проникає в політику, створюючи атмосферу нетерпимості, конфронтації, перешкоджаючи досягненню громадської згоди. Виникає політичне протистояння між суспільством і владою. Соціально пригноблені верстви населення перестають ідентифікувати себе з державною та міською владою. Зменшується, якщо не руйнується, громадянська солідарність – «глибинна основа самої громадянськості як причетності членів суспільства національним цілям і державній політиці, починається її «розтягування» по «приватним нішах» (корпоративним і груповим)» [1, с. 85].

Треба наголосити, що суспільно-політичні інтереси соціальних шарів, які відчують економічні труднощі та перебувають на межі бідності, звичайно ж є різноспрямованими у порівнянні з більш економічно успішними соціальними групами. Саме тому в таких умовах доволі важко забезпечити єднання суспільства навколо єдиної національної мети, навіть з тих питань, які дійсно стосуються кожного громадянина.

На думку П. Абрахамсона, термін «соціальна ексклюзія (виключення) поступово склався в ході досліджень бідності при вивченні таких процесів, як маргіналізація, позбавлення та злидні (депривація)» [3, с. 138].

П. Штомпка перш за все акцентує увагу на проблемах трансформації соціальної структури суспільства, яка передбачає, що найбільшого успіху домагаються найбільш активні індивіди, які формують нові соціальні

групи, які домінують в політичній та економічній сфері транзитивних політичних режимів. Неактивні індивіди формують «відстаючий» політичний клас, які не мають вільного доступу до матеріальних та політичних ресурсів. О. Льюїс досліджував вже більш менш сталі політичні режими Мексики, США 60-х рр. ХХ ст. та прийшов до висновку, що «відстаючий» політичний клас не отримує доступ до економічних та політичних ресурсів, а лише консервує свою нерівність в суспільстві.

Так, у межах цього підходу в науковому просторі США була сформована концепція «андеркласу», яка використовувалась відносно до певних районів проживання бідних в містах Північної Америки у 80-х роках ХХ століття. Це структурне зрушення означало розвиток міської бідноти в середовищі етнічних меншин. Андерклас представляв собою концентрацію економічних і поведінкових проблем расових меншин (головним чином афроамериканців і латиноамериканців) у великих промислових містах. Достатньо показово, що представники цього класу в сучасному світі «відмовляються голосувати, брати участь у політичній діяльності, включаючи їх відмову отримувати підтримку від традиційних груп інтересів» [3, с. 161].

Як приклад формування андеркласу та його впливу на соціально-політичні процеси в межах конкретного міста можна навести приклад Детройту, який став символом американської міської кризи. Сучасні проблеми бідності в Детройті пов'язані з проблемою формування бідності та її виключення з соціального та політичного процесу. Так, Т. Сугрю в своїй книзі «Витоки міської кризи: раса та нерівність у післявоєнному Детройті» [4] зазначає, що Детройт та інші промислові міста стали місцем постійної расизованої бідності. Сугрю знаходить коріння сьогоденної міської бідності в прихованій історії расового насильства, дискримінації та деіндустріалізації,

яка перетворила американський міський ландшафт після Другої світової війни, що призвело до формування сучасної проблеми робочих місць, профспілок, громадських правових груп, політичних організацій.

Сугрю наголошує, щоб зрозуміти національну політику дослідникам потрібно більше часу приділяти увагу місцевій боротьбі. «Житлове питання стало основною ареною організованої політичної діяльності в 1940-х роках, де детройтські расові групи воювали в битві, яка визначила детройтську політику протягом десятиліть» [4, р. 55].

«Чорні детройтці», згідно до концепції андеркласу розробили численні стратегії для управління розширенням своєї громади. Сугрю стверджує, що білі детройтці сприймали таку тактику як загрозу для власної економічної, соціальної та політичної стабільності. Ці тенденції можна сприймати як процес формування політичної ідентичності. Білі домовласники, за словами дослідника, розуміли захист своїх кварталів як захист своїх прав як громадян та їх особистих свобод робити вибір свого життя. Таким чином, «білі» детройтці розробили політичну мову, щоб визначити себе як групу політичних інтересів, боротьба яких протистояла правам афроамериканців. Сугрю пов'язує ці тенденції з електоральною політикою, демонструючи, що консервативні політики потрапили до адміністрації міста, розгортаючи карикатури на тему расової анархії. Тобто процеси формування політичної сфери міста проходили під впливом соціальної та політичної нерівності, формування андеркласів.

На нашу думку, така теорія доволіно точно відображає основні етапи формування знедолених груп в місті. Це дозволяє нам підійти до проблеми формування бідності не просто як до форми економічної або соціальної нерівності, а розглянути її саме як політологічну проблему протипоставлення соціальних груп в межах конкретної

державної політики.

Але, на відміну від цих досліджень, формується дослідницька модель розуміння соціальної ексклюзії андеркласових груп, яка ці групи аналізує як закриті соціально-політичні утворення, які не піддаються впливу зовні. Так, В. Вілсон та Р. Апонт, які аналізували андеркласові групи в іншому американському місті – Чикаго та інших великих містах, зазначали, що якісні зрушення в міських знедолених групах сталися в середині 60-х років ХХ ст. В. Вілсон та Р. Апонт визначали андерклас як певну форму гетто, як збіднілий сегмент чорного співтовариства великих міст, який «складається як з сімей, так і з індивідуумів, що знаходяться поза межами американської системи зайнятості, а окремі сім'ї знаходяться в стані хронічної бідності» [5, р. 273].

До кінця 80-х рр. ХХ ст. почала домінувати точка зору щодо «аномії гетто», тобто розладі норм спільного співіснування і зв'язків всередині спільнот, втрати груповий сусідської самоідентифікації, розвал загальноприйнятих соціальних інститутів власності та відносин. «Натомість виникли нові структури і відносини, які не заохочувані суспільством: проституція, наркоманія, злочинність, підліткова вагітність, збільшення кількості незаконнонароджених дітей, сімей очолюваних жінками, залежність домогосподарств від системи державної допомоги» [3, с. 161].

З цього можна зробити висновок, що треба концентруватись не тільки на економічних шляхах вирішення проблем соціальної нерівності та бідності, а на політичних. В Україні та інших транзитивних суспільствах цей аспект набуває особливої актуальності. Необхідно сформувані шляхи залучення соціальних верств населення до політичних процесів, громадського життя.

Демократична політика повинна бути впорядкована таким чином, щоб забезпечити основу для самоповаги, яка

сприяє розвитку почуття політичної компетентності, і яка сприяє формуванню почуття справедливості, що впливає на створення основ громадянської злагоди і стає формою політичної культури. тобто демократична політика повинна формувати сферу, в якій члени суспільства повинні розуміти себе і свої законні інтереси.

В основі інституціоналізації дорадчої процедури залучення всіх суспільних груп до прийняття політичних рішень є наявність арен, в якій громадяни можуть пропонувати питання для політичного порядку денного і прийняти участь в дискусії з цих питань. «Існування таких арен є суспільним благом, і вони повинні бути підтримані державним фінансуванням» [5, р. 289]. Активна участь держави пов'язана не з тим, що державна підтримка є єдиним способом, або навіть найефективнішим способом забезпечення надання таких майданчиків для дискусії, державне втручання забезпечує зобов'язання демократичного порядку у вирішенні політичних питань шляхом вільного обговорення серед рівних.

Таким чином, одним з важливих чинників політичної поляризації є бідність. Просідання у економічній сфері тягне за собою виключення з інших сфер – культурної, політичної, соціальної. Бідність веде до обмеження можливостей, наслідком чого формується соціально-політичне виключення.

Література:

1. Красин Ю. А. Социальное неравенство как политическая проблема // Полития. – 2007. – № 2. – С. 83-91.
2. Пикетти Т. Капитал в XXI веке. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 592 с.
3. Абрахамсон П. Социальная эксклюзия и бедность // Общественные науки и современность. – 2001. – № 2. – С. 158-166.
4. Sgrue T.J. The Origins of the Urban Crisis: Race and Inequality in Postwar Detroit. – Princeton: Princeton University Press, 2014. – 416 p.
5. Cohen J. Philosophy, politics, democracy: selected essays. – London: Harvard University Press, 2009. – 416 p.

КРУГЛИЙ СТИЛ «ДНІПРО – МІСТО, ДРУЖНЄ ДЛЯ ЛЮДИНИ»

Мер міста як дзеркало ідентичностей його жителів (на прикладі Дніпра)

Висоцький Олександр Юрійович, професор кафедри міжнародних відносин Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, доктор політичних наук, професор.

Ідентичності жителів міста впливають на вибір його мера. Теоретичну основу для цього твердження складає теорія гомофільності. Гомофільність – це схильність людей об'єднуватись та підтримувати тих, хто схожий на них. Теорію гомофільності почали розробляти американські соціологи П. Лазарсфельд та Р. Мертон в роботі «Дружба як соціальний процес: сутнісний та методологічний аналіз». Вони виділяли соціально-статусну та ціннісну гомофільність [7, р. 18-66]. До соціально-статусних характеристик гомофільності вони відносили національність, стать, релігійно-конфесійні та освітні характеристики. На відміну від соціально-статусної, ціннісна гомофільність передбачає здатність думати схожим чином [7, р. 18-66].

Міра гомофільності соціальних суб'єктів залежить від близькості або перетинання їх ідентичностей. Ідентичність можна визначити як властивість свідомості людини виражати її належність до різних соціальних, економічних, національних, професійних, мовних, політичних, релігійних та інших спільнот.

Підтримка суб'єкта політики багато в чому залежить від його здатності відповідати очікуванням виборців, які, своєю чергою, детермінуються змістом їх ідентичностей.

Теорія гомофільності повною мірою спрацювала у

випадку обрання мером міста Дніпра Б. Філатова восени 2015 році. Як відомо, раніше при обранні мерів у багатьох випадках спрацьовував адмінресурс. Так, на виборах голови міськради у 1994 р. М. Швеця підтримав тодішній голова облдержадміністрації П. Лазаренко [4]. У зв'язку з цим його навіть назвали «кишеньковим» мером останнього [5]. У свою чергу, у 1999 р. коли М. Швець був призначений головою Дніпропетровської облдержадміністрації, то на місце міського голови запропонував свого заступника І. Куліченка, який спочатку був затверджений міською радою виконуючим обов'язки міського голови, а у січні 2000 р. був обраний міською громадою та став мером на законних підставах. Цікаво, що затверджуючи І. Куліченка виконуючим обов'язки міського голови, Дніпропетровська міська рада свідомо пішла на порушення п.2. ст.42 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» та свого регламенту, відповідно до яких виконуючим обов'язки міського голови до позачергових виборів мав стати секретар міськради Д. Єрохін, оскільки ніхто не хотів йти проти волі керівника області.

Б. Філатов на момент виборів (листопад 2015 р.) не мав підтримки тодішнього керівника області, тому вибори мера міста Дніпра у 2015 році можна вважати першими чесними виборами градоначальника.

Успіху Б. Філатова на виборах мера, насамперед, сприяло те, що він зміг поєднати основні етнічні ідентичності міських жителів – українців, росіян та євреїв, – на відміну від свого головного суперника О. Вілкула, для якого властивим був крен у бік російської ідентичності. Символічним у цьому зв'язку було використання яскраво вираженим представником російського етносу Б. Філатовим у позитивному контексті неологізму «жидобандера», який набув об'єднувального значення. Слід відзначити, що важливою рисою дніпровської політичної ідентичності, яка дозволила багатьом її

носям зайняти високі владні позиції, став високий ступінь етнічної, релігійної, культурної терпимості, ідеологічний релятивізм, готовність на угоду державним чи політико-владним інтересам до національно-культурної та ідеологічної мімікрії. Американський науковець П. Д'Аньєрі, аналізуючи поведінку українських політиків та виділяючи серед них «донецьких» та «дніпропетровських», останнім приписував схильність до ідеологічної мімікрії та вміння маніпулювати групами з різними етнічними та культурними ідентичностями [6, р. VI]. На нашу думку, визначальними рисами дніпровських політиків були стихійний мультикультуралізм як спосіб повсякденного виживання у поліетнічному місті та ідеологічний релятивізм як наслідок техніко-прагматичного стилю мислення і необхідна умова оптимального вирішення управлінських питань. У цьому зв'язку, привертають увагу вчинки Б. Філатова на посту мера, що практикує звільнення підлеглих за ідеологічні та етнічно-заангажовані висловлювання, як це сталося з його заступницею С. Єпіфанцевою у лютому 2018 р.

Як відомо, ще з дня свого заснування Дніпро (тоді ще – Катеринослав) складався з трьох основних громад – російської, єврейської та української. Сьогодні українці істотно переважають над іншими національностями: вони складають – 72,55 % жителів міста, тоді як росіяни – 23,51%, а євреї – 0,98 % [2, с. 287].

На відміну від криворіжця О. Вілкула, Б. Філатов був з самого народження місцевим жителем, тим самим втілюючи в себе ідентичність дніпропетровця. Як ми доводили в одному зі своїх досліджень, важливою особливістю дніпропетровської політичної ідентичності є прагнення (чи потреба) підтримувати (чи голосувати) за своїх [1, с. 292].

Працюючи в команді губернатора Дніпропетровської області І. Коломойського, що організувала найактивніший

опір російській агресії в Україні, Б. Філатов своєю діяльністю символізував ідею, що Дніпро завжди мав особливу, одну із провідних ролей у політиці держави, до якої належав. Справа в тому, що з самого свого заснування та до сьогодні Дніпро зайняв символічну нішу міста, що виборює першість в офіційних державних столицях, тим самим мимоволі прищеплював своїм суспільно та політично активним жителям мислення державних масштабів, впевненість, що проблеми держави здатні та гідні вирішувати дніпровці [3].

На відміну від харків'ян та донеччан з їх романтизацією україно-російських відносин, дніпровці завжди ставилися до цих відносин прагматично, без зайвих ілюзій. Це, до речі, в своїй діяльності та висловлюваннях у 2014-2015 рр. неодноразово демонстрував Б. Філатов, на відміну від О. Вілкула, який представляв і ідейно, і ментально донецько-криворізький тип політичної свідомості.

Для дніпровської політичної ідентичності, з одного боку, властивий патерналізм, а з іншого (особливо серед осіб лідерського складу) – прагнення до домінування над реальністю, зокрема, через демонстрацію стійкості в складних кризових умовах. Більш того, криза представниками дніпровської еліти практично завжди розглядалася як сприятлива можливість здобути владу та довести свої унікальні здібності владарювати на практиці. Саме такі якості продемонстрував Б. Філатов, тому у другому турі мерських виборів здобув перемогу з результатом 52,31%.

Таким чином, теорія гемофільності здобула підтвердження на прикладі виборів міського голови Дніпропетровська у 2015 році. Завдяки тому, що Б. Філатов найбільше із всіх кандидатів відповідав ідентичностям жителів міста, йому вдалося стати мером. Проте, слід зазначити, що теорія гемофільності працює в ситуації відносно чесних виборів, коли вільному волевиявленню

громадян не заважають інші вагомі чинники, зокрема, адмінресурс. У цілому, слід зазначити, що кандидат у мери міста має в ідеалі, висловлюючись метафорично, бути дзеркалом ідентичностей його жителів. У цьому є запорука його підтримки на виборах та легітимності практичної діяльності на цьому посту.

Література:

1. Висоцький О. Ю. Дніпропетровці при владі: особливості дніпропетровської політичної ідентичності // Гілея: науковий вісник. – К.: ВІР УАН, 2013. – Вип.77 (№ 10). – С. 289-292.
2. Висоцький О. Ю. Етнічний вимір політичної ідентичності Дніпропетровська // Гілея: науковий вісник. – К.: ВІР УАН, 2013. – Вип.79 (№ 12). – С. 286-292.
3. Висоцький О. Ю. Політична ідентичність Дніпропетровська: вплив на формування загальнонаціональної політичної еліти в перше десятиріччя незалежності України // Освіта регіону. – 2013. – № 4. – С. 69-75.
4. Колесниченко М. Лазаренко призывает голосовать за Швеца // Собор. – 1994. – 10 червня.
5. Кому нужен «карманный» мэр // Мегаполис Украины. – 1994. – 25 травня-1 червня.
6. D'Anieri P. Introduction: Civil Society in Ukraine – From Despair to Hope and Back // Orange Revolution and Aftermath: Mobilization, Apathy, and the State in Ukraine / Paul D'Anieri (ed.). – Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2010. – P. I-XV.
7. Lazarsfeld P.F., Merton R.K. Friendship as a Social Process: A Substantive and Methodological Analysis // Freedom and Control in Modern Society / Morroe Berger, Theodore Abel, Charles H. Page (eds.). – N.Y.: Van Nostrand, 1954. – P. 18-66.

Експертний потенціал міста Дніпро

Тупиця Олег Леонідович, депутат Дніпровської міської ради, голова Профспілкового комітету Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, доктор політичних наук, професор.

Інститут місцевого самоврядування має складну суспільно-державну природу. Місцеве самоврядування (як складова суспільства) об'єктивно знаходиться в

«конструктивній опозиції» до держави, особливо в питаннях захисту інтересів місцевих громад. Ця обставина вимагає або побудови складної процедури узгодження інтересів держави і територіальних громад, або посилення тиску органів державної влади на місцеве самоврядування.

Місцеве самоврядування є найефективнішим інструментом місцевого управління та розвитку територій. Там, де воно дійсно функціонує, де місцеве населення має реальне право та можливість самостійно вирішувати питання місцевого значення, спостерігається зростання доходів місцевих бюджетів та соціально-економічний розвиток в цілому.

Розвиток місцевого самоврядування тісно пов'язаний з розвитком демократії. У цілому розвинене місцеве самоврядування є проявом демократії в країні, зокрема так званої «партсипативної демократії» (від англ. participate – брати участь). Це одна з найефективніших форм демократії, яка передбачає, зокрема, активну участь громадськості в процесах державного управління та діяльності місцевого самоврядування.

Місто Дніпро має величезний експертний потенціал, як в академічному, так і громадському секторах. У цьому аспекті експертне співтовариство має брати активну участь у розробці стратегії розвитку міста Дніпро і допомагати міській владі впроваджувати програми розвитку територіальної громади з високим ступенем ефективності.

Останнім часом у царині стратегічного менеджменту міста провідне місце посідає технологія форсайту (від англ. Foresight – погляд у майбутнє, передбачення), яка, поєднавши у собі найкращі здобутки прогнозування та стратегічного планування, стала на сьогодні однією з найефективніших технологій проектування розвитку міського середовища, виходячи, при цьому не з минулого, а з майбутнього (див.: [2]).

Як такий Форсайт пов'язаний з прогнозуванням майбутнього, проте містить і низку елементів, які відрізняють його від звичайного прогнозування. Він передбачає аспект взаємодії і врахування думок експертів-стейкхолдерів, які, виходячи з своїх пріоритетів, визначають ключові напрямки майбутнього.

Форсайт має значні переваги порівняно з класичним прогнозуванням, а саме:

- багаторівнева і міждисциплінарна робота експертів, коли кожен з них має можливість скорегувати власне дослідження після обміну думками з іншими учасниками; науковці та практики на рівних беруть участь у політичному житті спільноти, коли результати форсайт-дослідження оформлюються як рекомендації для органів влади, які здатні врахувати прогнози експертів у своїй роботі;

- командна робота експертів, яка передбачає не тільки розробку образу бажаного / небажаного майбутнього, але і пропонує низку заходів з планомірного руху до цього майбутнього.

Методичний інструментарій Форсайту включає як традиційні методи прогнозування, аналізу та вироблення ідей, так і розроблені в ході проведення форсайтних робіт нові креативні методи. У теперішній час відомо більше 20 методик та інструментів, що застосовуються для проведення форсайт-досліджень, найбільш популярними із яких є:

- огляд літератури;
- експертні панелі;
- сценарії;
- майстерні майбутнього;
- мозковий штурм;
- метод Дельфі;
- екстраполяція трендів (Trend extrapolation);
- аналіз мегатрендів;
- SWOT-аналіз;

- дорожні карти;
- моделювання та симуляція різних варіантів майбутнього;
- есе;
- ретроспективний аналіз;
- структурний аналіз;
- аналіз взаємного впливу;
- мульти-критеріальний аналіз;
- ігрове моделювання ситуацій;
- морфологічний аналіз;
- дерево співвідношень та ін. (див.: [1]).

При здійсненні форсайту часто використовують комбінацію ключових форсайт-методик. Найбільш поширеними комбінаціями є такі:

Якщо центральною обраною методикою є експертні панелі, то в 27% випадків вона поєднується з мозковим штурмом; в 34% з майстернями майбутнього, в 65% з літературним оглядом; в 34% зі сценаріями.

Якщо центральною обраною методикою є майстерні майбутнього, то в 32% випадків вона поєднується з мозковим штурмом; в 64% з експертними панелями; в 61% з літературним оглядом; в 41% зі сценаріями.

Якщо центральною обраною методикою є літературний огляд, то в 57% випадків вона поєднується з експертними панелями; в 28% з майстернями майбутнього; в 41% зі сценаріями.

Якщо центральною обраною методикою є SWOT-аналіз, то в 52% випадків вона поєднується з мозковим штурмом; в 66% з експертними панелями; в 33% з майстернями майбутнього; в 70% з літературним оглядом; в 28% з анкетуванням і спостереженнями; в 42% зі сценаріями.

Якщо центральною обраною методикою є Дельфі, то в 42% випадків вона поєднується з мозковим штурмом; в 61% з експертними панелями; в 25% з майстернями майбутнього; в 61% з літературним оглядом; в 38% зі сценаріями.

Література:

1. Гнатієнко Г. М., Снитюк В. Є. Експертні технології прийняття рішень: монографія. – К.: ТОВ «Маклаут», 2008. – 444 с.
2. Квітка С. А. Форсайт як технологія проектування майбутнього: новітні механізми взаємодії публічної влади, бізнесу та громадянського суспільства // Аспекти публічного управління. – 2016. – № 8 (34). – С. 5-15.

**Образ міста Дніпро як чинник міської
ідентичності городян**

Гудзенко Олеся Зеновійвна, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
соціологічних наук, доцент.

Сучасне місто – це один із просторів конструювання соціокультурної ідентичності особистості, яку в соціологічному дискурсі визначають через концепт «міська ідентичність». Приналежність до певного місця в символічному просторі населених пунктів і до певної міської спільноти, близької не тільки територіально, але й на комунікативно-символічному рівні, є одними із основних маркерів міської ідентичності. Міська ідентичність, згідно поглядів проф. Мусієздова О. О., це результат ідентифікації з міською спільнотою, яка розглядається як спільнота «уявлена» і існує завдяки тому, що люди поділяють певні уявлення про місто [1, с. 211]. Вчений пропонує декілька параметрів, які визначають ідентичність «справжнього» мешканця міста – відчуття емоційної прив'язаності до міста, знання про місто, його історію, культурні особливості, спосіб мислення (розуміння культурних кодів).

З метою визначення сприйняття сучасними городянами образу міста Дніпро кафедрою соціології Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара було проведене соціологічне дослідження на тему «Дніпро – мое

рідне місто» (квітень 2018 р.) через інтернет-опитування. Змістовне розуміння поняття «рідне місто» лежить в основі формування міської ідентифікації особистості. Так, згідно з отриманими результатами 78% опитаних мешканців м. Дніпро вважають його рідним містом, 13% – відповіли «скоріше так, ніж ні», 3,6% – завагалися відповісти на це запитання, і майже 2% не відчують особливої приналежності до міста, тому не вважають його рідним. Слід відмітити, що порівнюючи отриманні данні за 2018 р. і данні 2014 р. ми не виявили гострих суперечностей в результатах. Майже всі показники знаходяться в діапазоні отриманих раніше даних.

На запитання «Чи маєте Ви відчуття гордості за м. Дніпро» респонденти відповіли наступним чином: 30% – мають відчуття гордості, 38% – скоріше мають, ніж ні, 19% – не змогли відповісти на це запитання і майже 11% брали варіанти «скоріше не маю відчуття гордості, ніж маю» і «ні, не можу сказати, що горджуся своїм містом».

У процесі проведення опитування респондентам пропонувалося обрати серед наведених дихотомічних та полярних пар тверджень, ті які більшою мірою вони співвідносять з містом. Так, згідно уявлень городян про м. Дніпро, це місто – привітне (48%), світле (51,7%), перспективне (75%), брудне (58,9%), інноваційне (51,4%) і промислове (71,2%), не компактне (34%).

За даними дослідження в уявленні мешканців Дніпро – це індустріальний центр (71,1%) і центр освіти (58%). 42% мешканців міста вважають Дніпро комфортним для життя. Серед запропонованих показників образу міста економічні складові представлені наступним чином: фінансовий центр (46,4%), інформаційний центр (65,4%), транспортно-логістичний центр (40%). З твердженням, що Дніпро – це територія вільного підприємництва згодні 22% опитаних респондентів. Досить показовим є те, що майже 42,3% опитаних вважають Дніпро містом з активною

територіальною громадою.

Зважаючи на сучасну соціально-економічну ситуацію в країні, лише 15,5% опитаних відмічають Дніпро як місто з високим рівнем та якістю життя. Нажаль, екологічна ситуація в місті також досить несприятлива і бажає бути кращою – 82,% мешканців міста підтверджують це, лише 8 % опитаних вважають, що місто з гарною екологією, в порівнянні з іншими містами.

Відповіді на відкрите запитання про культурні пам'ятки, які можна назвати символом міста розподілилися наступним чином: «башні» – 28% опитаних, «набережна Дніпра» – 25%, «культурний центр Менора» – 22%, «фестивальний причал» – 21%.

Таким чином, городяни міста Дніпро вважають його рідним містом, мають відчуття гордості та визначають його як місто доволі комфортне для життя. Серед запропонованих варіантів тверджень вони визначають місто як індустріальний, інформаційний та фінансовий центр, центр освіти та інновацій. Однак, в той же час, мешканці міста відмічають наявність соціальних проблем в просторі міста, які потребують більш ретельного розгляду та прийняття управлінських рішень.

Література:

1. Мусієздов О.О. Міська ідентичність у (пост)сучасному суспільстві: український досвід: монографія. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. – 348 с.

«Право на місто» як колективне право сучасних городян: змістовне наповнення та реалізація

Демичева Алла Валеріївна, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
соціологічних наук, доцент.

Розробка проблеми колективних прав отримала розвиток лише після Другої світової війни, коли в

європейських конституціях почали з'являтися положення про деякі права колективів [1, с. 35]. Тобто мова йде про третє покоління прав людини, до якого зазвичай відносять колективні права, засновані на солідарності, так звані «права солідарності» – право на розвиток, на інформацію, на гуманітарну допомогу, здорове навколишнє середовище, на загальну спадщину людства та ін. Колективні права (право народу, право нації, право спільності, асоціації) не є природними, вони формуються в міру становлення інтересів тієї чи іншої спільності чи колективу. Їх не можна розглядати як суму індивідуальних прав осіб, які входять в ту чи іншу спільність або колектив. До одного з таких колективних прав можна віднести «право на місто».

«Право на місто», як концепт, який пояснює можливість участі городян у створенні міського простору та користуванні ним, запровадив Анрі Лефевр. Він стверджував, що звичайні громадяни частково виключені з міської реальності, і щоб увійти в цю реальність повністю та мати змогу її контролювати, вони мають вибороти своє «право на місто». Коментуючи ідеї А. Лефевра, американський соціогеограф Марк Перселл виокремлює два виміри права на місто: «право на участь» (the right to participation) та «право на привласнення» (the right to appropriation). Право на участь передбачає, що городяни мають можливість/повинні приймати рішення щодо будь-яких питань, пов'язаних з містом; право на привласнення реалізується через можливість доступу до міських об'єктів/простору в цілому та їх використання відповідно до потреб чи уявлень містян. Тобто, вимір права на місто – це доступ громадян до ресурсів і можливостей міста.

Девід Харві, характеризуючи право на місто, відзначав, що право на зміни у місті – це не абстрактне право, а таке, що вкорінене у повсякденні практики городян [3, с. 82]. Воно «...є чимось значно більшим, ніж індивідуальна свобода доступу до міських ресурсів: це право змінювати

себе, змінюючи місто. Більш того, це колективне, а не індивідуальне право, адже ці трансформації неминуче залежать від здійснення колективних повноважень формувати процеси урбанізації... свобода творити і перетворювати наші міста і нас самих є одним з найцінніших, але водночас найбільш знехтуваних прав людини» [3, с. 92-93]. Отже, за Д. Харві, право на місто виявляється не лише у праві доступу до того, що вже існує, а й у праві на активне перетворення як міста, так і, на підставі цих змін, власної повсякденності.

Як вказує Дон Мітчелл, право на місто включає в себе право на проживання в місті та право користування публічним простором. При цьому публічні простори (як і у А. Лефевра) – це такі простори, де право на місто «можна побачити та почути». Вони не створюються штучно, хоча для їх організації потрібні і інфраструктурні умови, а виникають внаслідок «захоплення» простору певною групою, яка і робить його публічним. Отже, Д. Мітчел називає головний метод боротьби городян за свої права – це фізична окупація простору, а право на місто включає такі моменти, як наявність громадянських прав, добровільна участь у публічному просторі, безпека перебування у місті [4].

Отже, загальним для зазначених підходів є розуміння важливості права на місто як колективного права, антикапіталістична (неомарксистська) спрямованість, акцент на вразливих групах містян, чіє право на місто майже знецінено.

Чому право на місто, його реалізація є вельми важливими? Два основних моменти, коли ми кажемо про життя в місті: по-перше, комфортність (у широкому сенсі) життя в місті, задоволеність, відчуття причетності до міста та впливу на його існування, розвиток; «видимість» різноманітних «меншин» у місті, їх можливість взагалі «бути почутим». При цьому простір міста пронизаний

владними відносинами, структурованою нерівністю. А реалізація права на місто через різноманітні партисипаторні практики дозволяє створити таке місто, в якому ні влада, ні крупні корпорації, на забудовники не будуть порушувати право городян на життя саме у справедливому місті.

Література:

1. Римаренко С.Ю. Індивідуальні та колективні права: компаративний аналіз // Наукові записки Хмельницького університету управління та права. – 2007. – Вип. 2. – С. 35-46.
2. Lefebvre H. Writings on Cities. – Oxford: Basil Blackwell, 1996. – 250 p.
3. Харви Д. Право на город // Логос. – 2008. – № 3. – С. 80-92.
4. Mitchell D. The Right to the City: social Justice and the Fight for Public Space. – N.Y.: The Guilford Press, 2003. – 270 p.

Місто як простір соціального проектування

Макаренко Віра Анатоліївна, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
соціологічних наук, доцент.

Життя і окремої людини, і певної людської спільноти неможливо уявити поза просторово-часовим виміром, який є онтологічною засадою існування будь-якого об'єкта. Розглядаючи простір у соціологічному тлумаченні, говорять про розмежування таких його різновидів, як фізичний, соціальний, життєвий, суспільний, публічний тощо.

Місто є своєрідним соціокультурним середовищем, що охоплює соціальний світ, матеріальні й духовні умови становлення, існування, розвитку та діяльності людей. Р. Парк вважав місто зі всіма його складовими найдивнішою людською вигадкою і називав його соціальною лабораторією, в якій «людство вперше піднеслося до інтелектуального життя» [1, с. 3-4].

Переддослідником, що звертається до вивчення проблем

міста та різноманітних його аспектів, вже на перших етапах постає надзвичайно складне завдання – визначитися з трактовкою міста та обрати серед різноманіття визначень декілька якомога більш вичерпних, відповідних тематиці та спрямованості дослідження. Очевидно, загалом це пов'язано зі складністю розгляду понять «місцевий простір» та «місто» у соціологічній інтерпретації – теоретичній та емпіричній, – якщо дослідник має на меті подальше оперування емпіричними даними, а не лише гру з абстрактними тлумаченнями та теоретичними спрощеннями.

Простір будь-якого міста є соціально значущим і соціально позначуваним, адже зона маніпуляцій одних городян беззаперечно перетинається із зоною маніпуляцій інших містян у цьому ж просторі. В ході подібних повсякденних взаємодій і конструюється реальність міста.

У цьому контексті варто відзначити штучність створення суспільного простору і те, що він є елементом відтворення та творення соціальної реальності. Так, суспільний простір обумовлює особливості взаємодії, контактів та комунікації індивідів, а комунікація, норми поведінки, соціальна взаємодія обумовлюють та формують цей простір. А. Лефевр підкреслює, що соціальні відносини виробництва мають соціальне існування лише тоді, коли вони є у просторі, проектується у простір і в той же час виробляють його [2, с. 28].

Загалом, місто, що сприймається в різних образах і стереотипах його жителями, є результатом їхнього колективного сприйняття, пов'язаного із ланцюгом певних подій, із попереднім досвідом, що залучений до споруди міського середовища. Місто завжди продукується відповідно до актуальних потреб людей, у координатах їх життєвих смислів і перспектив. Отже, простір міста в певному сенсі є середовищем, що конструюється зануреною в соціальний простір людиною, яка неминуче створює

довкола себе організовану просторову сферу. В цьому аспекті постає питання, яким чином, за допомогою яких інструментів містяни можуть отримати можливість стати проєктувальниками простору власної життєдіяльності.

У жовтні 2016 року в еквадорському місті Кіто на Конференції ООН з житла і сталого міського розвитку (Хабітат III) була прийнята Нова програма розвитку міст (Декларація Кіто) [3]. Ключовими ідеями документу є демократичний розвиток, повага до прав людини, а також зв'язок між довкіллям та урбанізацією.

В одному з пунктів Програми зазначено, що підписанти поділяють бачення міст для всіх, маючи на увазі під цим «рівноправне володіння і користування містами й населеними пунктами, прагнучи сприяти всеосяжності та забезпечити для всіх жителів нинішнього і майбутніх поколінь без будь-якої дискримінації можливість проживання у справедливих, безпечних, здорових, доступних у фізичному та фінансовому плані, життєздатних й стійких містах та населених пунктах з метою сприяння процвітанню та якості життя для всіх» [3]. Така концепція отримала назву «право на місто».

На наш погляд, можливості створення умов для участі суб'єктів громадянського суспільства у формуванні міського середовища, для посилення соціальної взаємодії та взаємодії між поколіннями пов'язані з розвитком механізмів соціального проєктування. В даному випадку під соціальним проєктуванням мається на увазі особливий вид технологічної діяльності, спрямований на прогнозування, конструювання та моделювання соціально значущих змін.

Особливого значення в контексті ідей, закладених Декларацією Кіто, набуває активне поширення через всі можливі канали думки про те, що кожен з мешканців міста має право та змогу пропонувати свої проєкти поліпшення умов власного життя та життя спільноти.

Участь мешканців міста в обговоренні причин нагальних соціальних проблем, розробка чіткого механізму формування та впровадження пропозицій містян щодо їх вирішення сприятиме соціальній згуртованості, інтеграції та безпеці в мирних і плюралістичних суспільствах, де задовольняються потреби всіх жителів при визнанні особливих потреб тих, хто знаходиться в уразливому становищі.

Розвиток реально діючих програм залучення мешканців міст до створення проектів місцевого розвитку буде формувати відчуття причетності та відповідальності серед містян за умови своєї життєдіяльності, що позитивно вплине на якість життя кожної окремої людини та суспільства в цілому.

Література:

1. Парк Р. Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение. – 2002. – Т. 2, № 3. – С. 3-12.
2. Лефевр А. Производство пространства // Социологическое обозрение. – 2002. – Т. 2, № 3. – С. 27-29.
3. Нова програма розвитку міст. Декларація Кіто про екологічно сталі міста і населені пункти для всіх. – Режим доступу: <http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Ukrainian.pdf>.

Елементи ментальної архітектури в міському просторі

Міхно Надія Костянтинівна, докторант
кафедри прикладної соціології та соціальних
комунікацій Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна, кандидат соціологічних наук.

Простір сучасного міста виступає квінтесенцією різноманітних стилів життя, історичного досвіду, культурного різноманіття, політичних позицій всіх спільнот, що проживають в ньому. Для дослідників, які працюють у векторі вивчення міської проблематики відкрите широке предметне поле для наукової аналітики. Зарубіжна наукова традиція дослідження міста

представлена широким спектром вчених – урбаністи, соціологи, філософи, географи, політологи, культурологи – З. Бауман, В. Беньямін, Ф. Бродель, П. Бурде, В. Вахштайн, М. Вебер, Л. Вірт, Д. Гарві, Д. Джекобс, Д. Замятін, Г. Зіммель, К. Лінч, Ю. Лотман, Ч. Лендрі, Р. Парк, Р. Флоріда, С. Сасен, Е. Соїя, Д. Харві та ін. Вітчизняна українська соціологічна школа представлена такими дослідниками як Л. Малес, О. Міхеєва, О. Мусієздов, В. Серєда, Ю. Сорока, О. Філіпова, Н. Черниш та ін.

У межах даного дослідження пропонується звернутися до розгляду ментальної складової архітектурного ландшафту міста. В якості одних з найбільш типових об'єктів, що представляють елементи певного типу мислення, зумовленого історичним, культурним, соціальним досвідом, виступають «місця пам'яті». Дана категорія аналізу, запропонована відомим французьким науковцем П'єром Нора [1] в поєднанні з дискурсом «феноменології пам'яті» та «феноменології належності» Пола Рік'єра [2] та ідеєю «влади номінації» П'єра Бурд'є [3] змістовно відображає висхідну тезу дослідження щодо наявності як динамічної складової (тієї, що підпадає під процес конструювання політичним полем відповідно до зміни історичного моменту), так і статичної складової (тієї, що представлена фізичною фіксацією позиції в об'єкта в міському просторі) певних об'єктів архітектури в ментальній проекції.

Пропонується зосередити увагу на аналізі ментального забарвлення пам'ятників в міському полі. Розглянуто кейс міста Дніпро. Особливої актуальності питання символічної номінації такого елементу архітектурного ландшафту як пам'ятник набуває в контексті процесів декомунізації, які відбулися на протязі останніх років в країні. Відповідно до Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої

символіки» [4] було демонтовано ряд постаментів, пам'ятних знаків радянської доби, які презентували комуністичну ідеологію та її лідерів. Безпосередньо процес деномінації пам'ятних знаків в Дніпрі відбувався за аналогічно типовою схемою загально-національного характеру, але варто виділити специфічну ідею, яка на даний момент представляє собою цікавий інструмент з одного боку збереження історичного досвіду (незалежно від суб'єктивного сприйняття), з іншого боку дозволяє провести чітку маркаційну лінію у фізичному просторі міста між даними історичними артефактами та актуальною ідеологічною спрямованістю, інтенціями суспільного розвитку. Йде мова про ініціативу щодо створення «Парку тоталітарного періоду». Створення історико-культурного комплексу «Парк тоталітарного періоду» є одним із заходів Програми розвитку історії міста і місцевої ідентичності «З Україною в серці» на 2018-2020 роки, прийнятої на 26-й сесії Дніпровської міської ради [5].

Створення концентрованого місця збереження та презентації історичних артефактів на фіксовано обмеженій території є інструментом процесу формування та інституціоналізації пам'яті про тоталітарний період. Зазначений кейс ми можемо сприймати та визначати як процес деномінації певних архітектурних об'єктів, які містять символічне наповнення ідеологічними конструкціями конкретного історичного періоду та паралельний процес номінації змістовного забарвлення міського простору як простору повсякденних практик нового зразку ідеологічних інтервенцій.

Окремим вектором даного дослідження є визначення та якісний аналіз символічної конотації об'єктів архітектурного ландшафту, які презентують актуальний візуальний проект міста та містять ментальне відображення міських спільнот та груп. Візуальний та змістовний аналіз результатів комбінації різних історико-

культурних традицій містобудування, проектування та урбаномії дозволив зафіксувати специфічні та типові характеристики міського простору Дніпра – від катеринославського модернового стилю до індустріального домінування, конструктивізму, постмодернізму, ефектів «макдональдизації», національного романтизму та інше.

Література:

1. Нора П. Всемирное торжество памяти: пер. с франц. М. Сокольской // Неприкосновенный запас. – 2005. – № 2-3 (40-41). – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/nora22.html>.

2. Рикер П. Память, история, забвение: пер. с франц. – М.: Издательство гуманитарной литературы, 2004. – 728 с.

3. Бурдьє П. Социальное пространство и символическая власть: пер. с франц. Н.А. Шматко // Начала. Choses dites. – М.: Socio-Logos, 1994. – С.181-207.

4. Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки». – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/317-19>.

5. Програма розвитку історії міста і місцевої ідентичності «З Україною в серці» на 2018-2020 роки. – Режим доступу: <http://dda.dp.ua/wp-content/uploads/2017/11/Programma-z-Ukrayinoyu-v-sertsii.pdf>.

**Актуальний стан економічних проблем дніпрян:
соціологічний вимір**

Скляренко Катерина Олександрівна, викладач
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара.

У межах заявленої проблематики круглого столу «Дніпро – місто, дружнє для людини» доречним є виявлення того, що ж саме заважає місту бути «дружнім» для своїх мешканців. Тобто, визначити основні проблеми міста на думку дніпрян. Звертаючись до відомої класифікації людських потреб – піраміди А. Маслоу, ми можемо відзначити, що ґрунт, основу для задоволення найвищого рівня людських потреб – потреби в самоактуалізації та

самореалізації, індивід може задовольнити лише тоді, коли досягнуто певного високого рівня щодо задоволення базових потреб – потреб у якісному житті, харчуванні тощо. Тобто, потреб, що в своїй основі спираються на рівень, сприятливий економічному розвитку. Саме тому у фокусі нашого аналізу виявилися економічні проблеми Дніпрян, адже рівень розвитку економіки є індикатором розвитку регіону та фактором підвищення якості життя в цілому.

Згідно із визначенням, до групи економічних проблем відносять переважно енергетичну, сировинну та продовольчу [1]. З одного боку, економічні проблеми стосуються безпосередньо кожного жителя, як споживача продукції. Адже дефіцит сировини, енергії, продуктів харчування призводить до зростання цін на готову продукцію, а отже – до зниження життєвого рівня населення, особливо в найбідніших регіонах. З іншого боку, в глобальних масштабах, економічні проблеми втрачають гостроту у зв'язку з тим, що людство почало їх ефективно вирішувати. Зараз, наприклад, вже не стоїть питання про те, чи ресурсний потенціал нашої планети дасть змогу прогодувати шість чи навіть 10 млрд. жителів [1]. Тієї сільськогосподарської продукції, яка виробляється в останні роки, цілком достатньо для повноцінного харчування всіх жителів Землі. Проблема полягає в тому, що вона дуже нерівномірно розподіляється між різними регіонами і країнами. Тому важливо визначити стан економічних проблем міста Дніпро і його мешканців, адже Дніпро – є потужним сировинним та продовольчим центром України і рівень економічного благоустрою міста є цілком суттєвим показником економічного розвитку нашої країни.

У своїй доповіді ми будемо спиратися на дані Третього всеукраїнського муніципального опитування IRI, проведеного у січні-лютому 2017 року Соціологічною

групою «Рейтинг» від імені Міжнародного республіканського інституту (N=19000), поведеного методом опитування у 22 обласних центрах України, які не перебувають під контролем російських або проросійських сил, а також в містах Маріуполь та Северодонецьк на Донбасі [2], а також дані емпіричного дослідження, ініційованого та проведеного кафедрою соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара методом онлайн-опитування в період квітня 2018 року (цільова аудиторія – мешканці міста Дніпро віком від 18 років, N=602). Отже, згідно з даними всеукраїнського дослідження, переважна більшість – 81% дніпрян відчуває гордість за свою місто – 40% населення м. Дніпро однозначно пишається своїм містом, ще 41 % – пишається в певній мірі. Проте ці, здавалося б на перший погляд, високі показники є досить середнім рівнем межах всієї України і забезпечують Дніпру 12 місце серед 22. Так, перші місця у рейтингу гордості посідають такі міста як Львів 95% (54% однозначно пишається своїм містом, 41 % – пишається в певній мірі), Вінниця – 89% (60% однозначно пишається своїм містом, 29 % – пишається в певній мірі), Харків – 89% (56% однозначно пишається своїм містом, 33 % – пишається в певній мірі). Тобто, потенціал у Дніпра сприятливий, але є деякі проблеми, які стримують його мешканців у почуттях гордості [2].

Ми спробували визначити, що ж виступає причиною гордості за своє місто та навпаки, зменшує це відчуття у дніпрян. Виявилось, що 29% мешканців пишаються тим, що Дніпро – місто привабливе для інвесторів, 29% – вважають його привабливим для туристів та гостей, 27% вбачають у ньому широкий простір для самореалізації, 26% пишаються тим, що місто береже культуру та традиції регіону/країни, 25% – побутовими умовами для життя. Якщо порівняти ці показники з іншими містами, то виявляється, що лишепривабливість для інвесторів та

можливість самореалізації є найвищими показниками серед усіх міст України. Всі інші причини для гордості дніпрян – мають значно вищі показники серед інших міст України. Так, привабливість для туристів та гостей у Чернівцях сягає 61%, у Львові – 58%, Ужгород – 56%, Вінниця – 52%. Рівень збереження культури та традиції регіону/країни: Львів – 59%, Луцьк – 57%, Івано-Франківськ – 53%, побутовими умовами для життя – Хмельницький – 54%, Вінниця – 53%, Тернопіль – 47%. Тобто, виділяє Дніпро серед усіх міст не його культурний спадок, а саме можливість економічного розвитку, хоча сам рівень ефективності економіки мешканці оцінили на рівні 16%, в той час як, наприклад, у Запоріжжі 26%, а рівень Дніпра співпадає з рівнем Луцька та Маріуполя – також 16 % [2].

Ми здійснили спробу розібратися, в чому ж вбачають економічні проблеми Дніпра його мешканці. Результати виявилися наступними. Згідно з даними соціологічного дослідження кафедри соціології ДНУ ім. О. Гончара (квітень 2018 р.). до основних економічних проблем дніпрян відносяться: зростання тарифів на комунальні послуги/високі ціни на послуги ЖКГ – 78,1%, корупція серед представників місцевої влади – 64, 3%, низький рівень заробітної плати в місті – 63,7%, високі ціни на продукти харчування та товари першої необхідності, ліки – 63,5%. Відсутність інвестицій в економіку місті виявилась на п'ятому місці та отримала лише – 48,9%. Також менше значення городяни віддають проблемам закриття підприємств – 47,1%, розвитку малого бізнесу – 45,5%, високі ціни на проїзд у громадському транспорті – 44,9%, недостатня кількість робочих місць – 40,5 %. Отже, найбільш вагомими виявилися проблеми, що стосуються особистісного рівня потреб дніпрян – ціни на комунальні послуги, низький рівень заробітної плати та корупція. Проблеми, що стосуються більш загального рівня та саме міста – відсутність інвестицій, закриття підприємств

розвиток малого бізнесу – виявилися менш важливими.

Якщо говорити про соціально-демографічні кореляції, то необхідно відмітити, що жінки, більшою мірою ніж чоловіки, переймаються проблемами, що стосуються особистісного кожного громадянина – рівня високих цін на комунальні послуги (78,6% проти 71,7%), цін на продукти харчування (62,2% проти 58%), а також цінами на проїзд у громадському транспорті (45,1% проти 41%). Чоловіки ж у свою чергу більше переймаються проблемами макрорівня міста: рівнем низької заробітної плати в місті – (68,1% проти 59%), відсутністю інвестицій в місті – (51,8% проти 43,1%), проблемами розвитку малого бізнесу (51,8% проти 43,1%), закриттям підприємств (51,2% проти 47,1%). Серед вікового розподілу чітко виражено старше покоління – 56 і старше років – їх хвилює проблема зростання тарифів на комунальні послуги – 92,3% та ціни на продукти харчування – 73,1%. Середній вік більше, ніж представники інших вікових груп, занепокоений проблемами корупції – 70,3%, закриттям підприємств – 52,4%, відсутністю інвестицій – 50,5%. Для молоді характерною виявилась тенденція найнижчої серед всіх вікових груп оцінки проблем міста, жодна з проблем не виявилась в оцінках молоді більш важливою, ніж в оцінках інших вікових груп.

Таким чином, можемо сказати, що економічні проблеми населення міста Дніпро виявились досить гострими, до них належать, в першу чергу, ті проблеми, що стосуються повсякденного життя громадян - високі ціни як на комунальні послуги, так і на продукти харчування та проїзд у громадському транспорті, низький рівень заробітної плати та корупція. Менше хвилюють дніпрян питання економічного розвитку міста – залучення інвестицій, створення нових робочих місць, розвиток малого бізнесу, закриття підприємств. Отримані дані можуть бути використані у подальшій роботі муніципальної влади м. Дніпро.

Література:

1. Економічні проблеми України – найбільша загроза національній безпеці? – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/1987935.html>
2. Третє всеукраїнське муніципальне опитування. – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/municipal_survey_february_2017_ua.pdf

**Проблемне поле м. Дніпро: можливості
соціологічного дослідження**

Стриж Анастасія Євгеніївна, викладач
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара.

Для ефективної реалізації місцевого самоврядування важливим є розуміння владою проблемного поля міста, врахування при плануванні діяльності громадської думки, оцінки проблем міста саме городянами.

У сучасній соціологічній науці існує багато підходів до класифікації проблем міста. Так, наприклад, Демичева А.В. пропонує поділяти соціальні проблеми міста на проблеми, обумовлені великою територією; проблеми, обумовлені кризовим станом економіки та проблеми, обумовлені культурною специфікою великого міста [1, с. 152]. Проблеми міста в загальному їх розумінні мають широкий спектр прояву: політичний, соціально-економічний, культурний, соціальний, етнічний, структурний, демографічний та ін.

Досліджуючи проблемне поле м. Дніпро ми звернулись, перш за все, до результатів опитування городян. За даними Третього всеукраїнського муніципального опитування IRI, проведеного у січні-лютому 2017 року Соціологічною групою «Рейтинг» від імені Міжнародного республіканського інституту, лише 26% дніпрян вважають, що в місті в цілому справи ідуть в правильному напрямку (49% – справи ідуть в неправильному напрямку, 25% респондентів важко відповісти на питання). Також

цікавим для аналізу виявився зведений індекс оцінки якості обслуговування та послуг в місті (сукупне значення індексу виражає середнє значення рівня якості 22 вимірних послуг разом взятих, де 1 означає «жахливо», а 5 – «відмінно»). Серед 24 міст, в яких було проведено опитування, Дніпро займає 15 місце з індексом 2,9 (найвищий показник має Вінниця – 3,5; найнижчий – Херсон – 2,7) [2].

Наведені показники для міста Дніпро виявились досить невисокими в порівнянні з іншими містами, що і спонукало нас більш детально проаналізувати проблемне поле міста, виявити найбільш актуальні для городян проблеми. Для цього кафедрою соціології ДНУ ім. О.Гончара було проведено дослідження громадської думки мешканців м. Дніпро методом онлайн-опитування в період квітня 2018 р.

Проаналізувавши розподіл отриманих даних, ми виділили наступні, найбільш важливі для городян проблеми: зростання тарифів на комунальні послуги (78,1%), низька якість доріг, мостів, тротуарів (75,0%), погана екологічна ситуація в місті (69,4%), корупція серед представників місцевої влади (64,3%), низький рівень заробітної плати в місті (63,7%), високі ціни на продукти харчування, товари першої необхідності, ліки (63,5%), низький рівень благоустрою міста (чистота вулиць, своєчасне вивезення сміття) (62,3%), низька якість необхідних медичних послуг (61,7%), зростання рівня наркоманії та алкоголізму серед населення (55,8%), занедбаність придомових територій (54,4%), низький рівень особистої безпеки (52,9). Окресливши проблемне поле міста в цілому, можна відзначити, що городяни виділили одинадцять найбільш важливих проблем міста, серед яких є і економічні проблеми, і проблеми благоустрою, і соціальні та екологічні проблеми.

Однак картина проблемного поля міста не буде повною

без урахування базових демографічних факторів. Тому розглянемо більш детально гендерний, віковий та територіальний аспекти аналізу проблемного поля міста. Для жінок найбільш важливими виявились економічні проблеми. Так, зростання тарифів на комунальні послуги вважають важливою проблемою 80,3% жінок у порівнянні з 71,1% чоловіків, тоді як зростання рівня наркоманії і алкоголізму серед населення міста є важливою проблемою для 63,3% чоловіків у порівнянні з 51,9% жінок. Найбільш виражену різницю в оцінці мають проблеми саме економічного характеру, в інших яскраво вираженої гендерної специфіки не було зафіксовано.

Аналізуючи віковий аспект формування проблемного поля міста Дніпро, можна зафіксувати наступні цікаві тенденції. Для респондентів старшої вікової групи (56 років і старше) найбільш важливими виявились проблеми зростання тарифів на комунальні послуги (92,3%), зростання рівня наркоманії та алкоголізму (87,8%) і погана екологічна ситуація (82,7%). Респонденти середнього віку (36-55 років) до найбільш важливих проблем також віднесли проблему зростання тарифів (85,8%). На відміну від інших вікових груп як значущу вони оцінили також проблему низької якості доріг (83,0%) та корупції серед представників міської влади (72,3%). Для молоді найбільш характерною виявилась тенденція найнижчої серед всіх вікових груп оцінки проблем міста, жодна з проблем не виявилась в оцінках молоді більш важливою, ніж в оцінках інших вікових груп.

Територіальний аспект проблемного поля міста виявився також досить цікавим. Проаналізувавши найвищі показники оцінки проблем, найбільшу їх кількість було зафіксовано для мешканців Новокодацького та Чечелівського районів міста. Для мешканців Новокодацького району найбільш важливими виявились проблеми низького рівня заробітної плати в місті (74,5%),

низької якості необхідних медичних послуг (72,3%), зростання рівня наркоманії та алкоголізму серед населення (70,2%) та низького рівня особистої безпеки (69,1%). Для мешканців Чечелівського району на перший план вийшли такі проблеми як низька якість доріг (91,1%), корупція серед представників міської влади (85,7%), низький рівень благоустрою міста (83,9%), занедбаність придомових територій (73,2%).

Таким чином, можемо сказати, що проблемне поле міста Дніпро виявилось досить широким та різноплановим, найбільш цікавими для аналізу та подальшої роботи є його віковий та територіальний аспекти.

Література:

1. Демичева А.В. Перспективи міських досліджень: можливі напрямки та практика проведення // Грані. – 2013. – № 8 (100). – С. 149-155.

2. Трете всеукраїнське муніципальне опитування. – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/municipal_survey_february_2017_ua.pdf

Патріотизм у міському комунікаційному просторі (на прикладі м. Дніпро)

Сокол Маргарита Андріївна, аспірантка кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Сучасна соціокультурна реальність українського суспільства перебуває під впливом як глобальних змін, так і складних дихотомічних міжнародних відносин, військовим конфліктом на Сході України, зростанням національної свідомості. Такі глобальні тенденції, як інформатизація, віртуалізація, трансформація комунікаційного середовища, процеси децентралізації і підвищення управлінської ролі міст, актуалізують науковий інтерес до вивчення патріотизму в міському просторі, де відбуваються зміни меж приватного і

публічного [13, с. 154].

Отже об'єктом даної роботи виступає патріотизм як соціокультурне явище, а предметом – змістовне наповнення патріотизму через прояв його маркерів у міському просторі. Метою роботи є визначення зовнішніх патріотичних маркерів серед студентської молоді ДНУ ім. О. Гончара.

Для аналізу нашого питання необхідно визначити саме поняття «патріотизм»: термін багатозначний, який означає любов до своєї вітчизни, батьківщини, країни, народу, прив'язаність до місця свого народження, місця проживання [12, с. 24-36]. Ми пропонуємо його розглядати як системне соціокультурне явище, включене у взаємозв'язки між особистістю і батьківщиною, державою, та проявляється в позитивному емоційному ставленні і практичній діяльності стосовно Вітчизни, місця проживання.

Дослідження даної теми актуалізовано масовізацією, популяризацією і розповсюдженням у міському просторі соціокомунікаційних кодів, державної символіки як маркерів патріотизму, феноменом маркетингового патріотизму (використання патріотичних почуттів, настроїв населення з комерційною метою, що й призводить до спекуляції на патріотичності [5]. Взагалі місто розглядається як текст, який формується у процесі символічного маркування простору [17], а міський простір – це складний і багатовимірний соціальний конструкт, який включає мережну систему інформаційно-комунікативних зв'язків, матеріальних і символічних об'єктів міської комунікації. Як наслідок в українських містах проходять складні процеси (пере)означення міського простору та його символічного маркування державною етнонаціональною символікою через рекламну комунікацію [13, с. 141] (як канал конструювання), яка має маніпулятивний і спекулятивний характер.

Так місто стало платформою, і на основі якого поширюється патріотизм шляхом розповсюдження патріотичних маркерів таких, як державна символіка [3, с. 8]. Оскільки міський простір насичений образами і знаками візуального порядку [15, с. 28], ми акцентуємо увагу саме на зовнішньому прояві патріотичності через державні символи як об'єкти візуальної комунікації [15, с. 28]. Власне місто – це місце обміну і обмін думками [13, с. 154], тобто простір комунікації [13, с. 157], у якому маркери патріотизму виконують комунікаційну [9, с. 67-78] й ідентифікаційну [3, с. 10] функції. Тому ми припускаємо, що патріотизм через речові маркери такі, як державна етно-національна символіка, виступає продуктом соціальних комунікацій студентської молоді у міському просторі.

У певному сенсі місто можна розглядати як невербальну систему комунікації, як набір знаків та значень, що створюються і передаються його мешканцями. Такими знаками чи символічними маркерами можуть виступати архітектурні споруди, пам'ятники, пам'ятні таблички, назви вулиць, інформаційно-рекламні та агітаційні плакати тощо. Проте, найяскравіше феномен творення («писання») соціального простору міста проявляється у процесах його символічного маркування.

Тим самим місто Дніпро у такому контексті поєднує множинні простори, символічні смисли, які змінюються під впливом генералізуючих суспільних ідеологій. Дві глобальних зміни ідеологій мають розглядатися в просторі сучасних українських міст, в тому числі й Дніпра. Перша – це перехід до радянського культурно-ідеологічного простору, який позначився перш за все витісненням «буржуазних» значень смислами «трудової людини» та «державного колективізму». Друга помітна зміна ідеологій відбувається під час пострадянських соціокультурних трансформацій. Ця реконверсія знакового простору міста позначається переходом від коду «державного» до

коду «корпоративного». Мається на увазі поширення та розмноження у знаковому просторі міста репрезентацій різноманітних корпорацій (банків, страхових компаній, торговельних та інших організацій), які часто заступають місце державній радянській символіці. Іншою стороною цього перекодування є залучення значення «історичності» до формування іміджу корпорації завдяки її розміщенню у реставрованих та модернізованих «дореволюційних» будинках. Так «історичність» набуває значення престижу та солідності [16]. Також у зв'язку з останніми подіями можна зафіксувати й ще одну ідеологію – націоналістичну, через розповсюдження національної та державної символіки і продукування ідеї міста-героя («Дніпро – форпост України, серце України»), яка базується на прагненні до єдності країни («Україна – єдина держава, Украина – единая страна»).

Отже, за допомогою тих чи інших символічних маркерів міське середовище в цілому й окремі його споруди втілюють певну систему (або системи) значень. Проте це не означає, що воно обов'язково є фіксованим і спільним для всіх мешканців міста.

Оскільки патріотизм як дискурсивне явище конструюється у міському комунікаційному просторі шляхом символічного означення через патріотичні маркери, то проаналізуємо його на «реальному», об'єктному, інакше – речовому рівні. Так, речі як знаково-символічний дискурс розкривають соціальні взаємини і процеси. Тому вивчимо патріотизм за допомогою його речового рівня, тобто через національну і державну символіку, аналізуючи їх поширення в фізичному просторі міста через носії реклами. Для цього ми проаналізуємо дані таких досліджень «Репрезентація патріотизму в комунікаційному просторі міста (на прикладі м. Дніпро) (методом контент-аналізу)» (березень, грудень 2014, 2015 і 2016 років) та «Візуальний семіотичний аналіз зовнішньої

реклами у міському середовищі Дніпра» (березень 2016 року). Рекламні об'єкти піддаються статистичному аналізу і якраз контент-аналіз надає можливість зафіксувати кількісну сторону символізації патріотизму, а семіотичний аналіз рекламних образів – його якісне наповнення і латентні коди. Оскільки аналіз творення простору міста повинен включати вивчення текстів про місто, у яких символічні маркери зв'язуються нарацією, включаються в символічні ряди, покликані легітимізувати ті чи інші репрезентації міста.

У результаті виявили такі характерні риси конструювання патріотизму в міському комунікаційному просторі, як превалювання процесів символізації, візуалізації і емоціоналізації патріотизму шляхом розповсюдження речових (державна символіка) і чуттєвих (гасла щодо поваги, гордості за країну) маркерів у міському просторі на фізичній і символічній площині. Фізичний простір здебільшого репрезентує і відображає патріотичний дискурс на протигагу символічному, який конструює цей дискурс. Серед основних агентів конструювання патріотизму виступають суб'єкти міської влади і маркетингові компанії (комерційні організації). Чинники патріотизму – військові, соціально-політичні (президентська криза 2014 року і конфлікт у Дніпропетровській міській Раді у березні 2015 року), культурні події (Євробачення 2016 року). У комунікаційному просторі міста Дніпро присутнє певне протиріччя візуального і текстового образів патріотизму, яке полягає у феномені деперсоналізації, деіндивідуалізації патріотизму у фізичній і паралельно персоналізації, індивідуалізації патріотичних образів у символічній площині. Проте варто зазначити, що персоналізація має місце в обох структурних просторах. Але у першому випадку – людина, як патріотичний образ, зображується як фон розгортання патріотичних маркерів

(у комерційній рекламі, реклама одягу з патріотичною символікою). Відповідно у символічному просторі – патріотичний образ наповнюється текстовим і візуальним описом особистості патріота, де державна символіка як патріотичний маркер виступає або як фон, або як предмет особистого користування. Отже, у комунікаційному просторі міста Дніпро конструювання патріотизму визначається феноменом деперсоналізації патріотизму і перетворенням його у символічний речовий конструкт.

Література:

1. Авдеева И. А. К вопросу о соотношении коммуникативного и социального пространств // Право и общество. – 2013. – № 8. – С. 150-156.
2. Акалелова Т. А. Социальное пространство современного города // Философские науки. Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 9. – С. 23-25.
3. Афонін Е. А., Суший О. В., Усаченко Л. М. Закономірності та особливості суспільно-трансформаційних процесів в Україні // Український соціум. – 2011. – № 3 (38). – С. 7-30.
4. Базелина Е. А. Понятие коммуникативного пространства в организации // Вестник Пермского университета. Сер.: Философия. Психология. Социология. – 2014. – Вып. 4 (20). – С. 90-97.
5. Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М.: Худ. лит., 1990. – 543 с.
6. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
7. Березніков Л. Несповідимі путі України: Вибрані науково-популярні та публіцистичні праці за 1998-2003 рр. – К.: «АртЕк», 2011. – 240 с.
8. Билялова А. А. Рекламное коммуникативное пространство // Политическая лингвистика. Раздел 3. Язык-Политика-Культура. – 2009. – № 4. – С. 142-144.
9. Богданов В.С. Организация коммуникативного пространства управления наукоградом в кризисной ситуации: По результатам интерактивного исследования. – Л.: ЛГУ им. А.А. Жданова, 2010. – 156 с.
10. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: «РУДОМИНО», 2001. – 95 с.
11. Бузский М.П., Выршиков А.Н., Кусмарцев М.Б. Патриотизм в жизненном пространстве российского общества. – Режим доступа:

http://o-patriotizme.narod.ru/Kusmarcev2_fenomen.htm.

12. Бурдые П. Социология социального пространства: [пер. с франц. Н. Шматко]. – Т. 3. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 520 с.

13. Бурьгин Д. Пустые слова: краткая история термина «патриот». – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/posts/8291-patriot>

14. Бычкова М.Н. Семиотика коммуникативного пространства в Рунете // Воздушный замок. – 2014. – № 32. – С. 71-74. – Режим доступа: http://cloud-cuckoo.net/fileadmin/issues_ru/issue_32/article_bychkova.pdf.

15. Вагин В.В. Городская социология. Учебное пособие для муниципальных управляющих. – М.: «Пресс», 2010. – 348 с.

16. Легеза С. Сучасне місто як символічний простір: «місце», «знаки», «сув'язь часів» (на прикладі Дніпропетровська) // Соціологія міста: навчальний посібник / [Л.В. Малес, В.В. Середа, М.О. Соболевська, Ю. Г. Сорока та ін.]; за заг. ред. О.К. Міхеєвої. – Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2010. – С. 446-453.

17. Соціологія міста: навчальний посібник / [Л.В. Малес, В.В. Середа, М.О. Соболевська, Ю.Г. Сорока та ін.]; за заг. ред. О.К. Міхеєвої. – Донецьк: вид-во «Ноулідж», 2010. – 464 с.

Участь молоді у громадському житті міста

Худий Єгор Володимирович, заступник голови

Профспілкового комітету Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара.

Молодь є однією з найбільших груп населення України – її частка становить близько 27% населення (понад 11,5 млн. осіб) [3]. Проте рівень громадянської активності молоді є не високим. За даними всеукраїнського дослідження, близько 54% молодих людей брали участь принаймні в одній громадянській ініціативі, зазвичай ці ініціативи стосувалися таких критично необхідних питань як підтримка української армії (36%), розвиток інфраструктури свого житлового району (19%), допомога внутрішньо переміщеним особам (16%), дітям, які опинилися в кризових ситуаціях (16%) тощо. Значно менше молоді брало участь у розробці політичних стратегій та просуванні реформ, наприклад, ініціативах

щодо подолання корупції та в обговоренні законопроектів та бюджетів (по 5%), у боротьбі проти обмеження прав різних верств населення (4%). І лише 2% молодих людей є членами молодіжних неурядових громадських організацій (див.: [1]).

Активна участь молоді у процесах прийняття рішень та вирішенні проблем у громадах, де вони проживають, має важливе значення у процесі розбудови відкритого, демократичного, солідарного та квітучого суспільства. Причому участь в демократичному житті та вирішення проблем будь-якої громади не має обмежуватись лише голосуванням або висуванням своєї кандидатури на виборах, бо участь у житті громади та активна громадянська позиція молоді передбачають наявність прав, засобів, простору та можливостей, а в разі необхідності – і підтримки для участі в процесі прийняття рішень та впливу на цей процес, а також участі в будь-яких формах діяльності з метою побудови кращого суспільства.

Прийнято вважати, що в Україні активна участь молоді у громадському житті має дві основні перешкоди: пасивність молоді та її низький рівень громадянської свідомості. Органи місцевого самоврядування, як правило, або ігнорують молодіжні ініціативи, або зводять її до залучення молоді в консультативні органи, де молоді люди не мають реальної можливості брати участь у практичному прийнятті рішень, а отже, маємо декларативність заходів та програм для молоді, які реалізовує місцева влада. Внаслідок цього у молоді, яка не отримує доступу до процесу прийняття рішень, формується громадянська пасивність.

Роджер Гарт розглядає молодіжну участь за схемою «драбини участі» (див.: [4]), яка складається з 8 сходинок:

1. Маніпуляція.
2. Декорація.
3. Формальна участь.
4. Постановка завдань та інформування.

5. Консультація та інформування.

6. Ідеї, що ініціюються дорослими із залученням молоді.

7. Ідеї, що ініціюються виключно молоддю.

8. Ідеї, що ініціюються молоддю із залученням дорослих.

«Маніпулювання» (перший рівень) означатиме, що молоді учасники соціального проекту не розуміють суті проекту і, відповідно, власних дій та участі. Дорослі маніпулюють ними, відповідно до цілей, які ставляться.

«Декорування» (другий рівень) дуже близьке до «маніпулювання». Дорослі «декорують» той факт, що молоді люди не є ініціаторами заходів, використовують молодь аби підтримати та прикрасити захід.

«Формальна участь» (третій рівень) описує формальне використання молоді при проведенні різних заходів. У такій ситуації молодь є засобом досягнення цілей дорослих.

«Постановка завдань та інформування» (четвертий рівень) встановлює до соціального проекту такі вимоги:

- молодь розуміє і поділяє мету і завдання проекту;
- молодь знає, хто і чому приймає рішення про її участь;
- роль молоді значна і усвідомлена, вони не є лише декорацією для дорослих;
- молоді люди стають учасниками проекту добровільно після того, як вони зрозуміли його суть.

«Консультація та інформування» (п'ятий рівень) передбачає, що ідея, мета, завдання соціального проекту розробляється дорослими, але молоді люди беруть участь у цьому процесі, з ними консультуються на етапі розробки. Відповідно до їхньої оцінки та рекомендацій кінцевий результат коригується. Проте прийняття кінцевого рішення все ж такі залишається за дорослими.

Шостий рівень наголошує, що хоча проект ініціюється дорослими, рішення приймаються разом з молоддю. Така співучасть у розробці проекту сприяє виникненню відчуття відповідальності за його результати і спонукає

молодь бути активними учасниками.

Сьомий рівень характеризує прийняття рішень з ініціативи молоді під керівництвом дорослих. Шляхом справжньої участі в проєктах, які передбачають вирішення конкретних проблем, молодь розвиває навички критичного сприйняття та порівняння точок зору, які є важливими для розвитку самовизначення.

Восьмий рівень характеризує прийняття рішень з ініціативи молоді разом з дорослими, коли молоді люди самостійно планують, реалізують, оцінюють соціальний проєкт і несуть повну відповідальність за його результати. Відповідальність за свої рішення пов'язана насамперед із набуттям досвіду участі та розвитком соціально корисної компетентності.

У Європейській хартії участі молоді в громадському житті регіональних і муніципальних утворень (1992 рік, нова редакція 2003 рік) [2] визначається, що саме місцеві і регіональні органи влади, які знаходяться найближче до молодої людини, покликані зіграти дуже важливу роль у справі залучення молоді. При цьому місцеві і регіональні органи влади повинні забезпечити, щоб молоді люди не тільки чули й дізнавалися про демократію та громадянське суспільство, але й мали можливість застосувати ці знання на практиці. Проте участь молоді в житті суспільства не обмежується лише формуванням активних громадян чи побудовою демократії в майбутньому. Для того, щоб участь у житті суспільства дійсно мала сенс для молодих людей, вкрай важливо, щоб вони могли впливати на рішення та дії в молодому віці, а не лише на пізнішому етапі свого життя. Таким чином, підтримуючи і стимулюючи участь молоді в суспільному житті, місцеві і регіональні органи влади сприяють соціальній інтеграції молодих людей, допомагаючи їм долати не лише проблеми та труднощі молоді, але й виклики сучасного суспільства, в якому часто домінують знеособленість та індивідуалізм. Проте

для того, щоб участь молоді в суспільному житті на місцевому і регіональному рівні була успішною, постійною і осмисленою, потрібне щось більше, ніж розвиток або реорганізація політичних чи адміністративних систем.

Хартія передбачає основні принципи, за якими має будуватися робота місцевої влади з молоддю:

- участь молоді в суспільному житті на місцевому і регіональному рівні повинна стати частиною загальної політики залучення громадян у суспільне життя; галузева політика повинна містити молодіжний вимір, у зв'язку із цим місцеві і регіональні органи влади мають дотримуватися положень Хартії і забезпечувати на практиці різні форми участі, які визначатимуться за погодженням і спільно з молодими людьми та їх представниками;

- проголошені в Хартії принципи та різні форми участі стосуються всіх молодих людей без дискримінації.

Хартія визначає такі основні напрями молодіжної політики на місцевому та регіональному рівні:

- спорт, дозвілля і суспільне життя;
- підтримка зайнятості молоді і боротьба з безробіттям;
- міське та життєве середовище, житло та транспорт;
- освіта і професійна підготовка;
- мобільність та обміни;
- охорона здоров'я;
- гендерна рівність;
- доступ до культури;
- сталий розвиток та охорона навколишнього середовища;
- боротьба з насильством і злочинністю;
- антидискримінаційна політика;
- політика відносно статевого життя;
- доступ до прав і закону.

Для досягнення реальної участі молоді необхідно надати в розпорядження молодих людей певний набір інструментів: система навчання молодих людей з питань

участі в житті суспільства, постійне їх інформування, надання їм засобів комунікації, підтримку їхніх життєвих планів і визнання права та увагу до готовності молодих людей присвятити себе службі суспільству і безвідплатній праці.

Література:

1. Волосевич І., Герасимчук С., Костюченко Т. Молодь України-2015: [звіт про дослідження]. – К.: ІП «ГФК ЮКРЕЙН», 2015. – 88 с.
2. Переглянута Європейська хартія участі молоді в громадському житті на місцевому і регіональному рівні: Прийнята Конгресом місцевих і регіональних влад Ради Європи (X сесія, 21 травня 2003 р., додаток до Рекомендації 128). – Режим доступу: http://humanrightsinukraine.org.ua/wp-content/uploads/2015/10/eu_charter_ukr.pdf.
3. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2017 року / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2017/zb_chnn_0117.pdf.
4. Hart R.A. Children's Participation: The Theory and Practice of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care. – N.Y.: Routledge, 2013. – 220 p.

Переїменування міста як стратегія ребрендингу (на прикладі м. Дніпро)

Андропова Владислава Ігорівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара.

З підвищенням рівня урбанізації актуалізується причина брендингу території. Стає надзвичайно складно зберегти одного разу досягнуте, а саме конкурентну перевагу і позицію лідера. Міста все гостріше конкурують між собою за залучення інвестицій і резидентів, в силу чого вони змушені активно працювати над створенням привабливості для всіх можливих цільових аудиторій – жителів, туристів, інвесторів та ін. Одним з ефективних інструментів розвитку міста є чітка і злагоджена стратегія

ребрендингу міста. Крім того, використання даної стратегії може забезпечити не тільки вигідні позиції території на ринку конкурентної боротьби, а й стати символом процвітання, ефективним політичним інструментом, та навіть індикатором національної ідентичності. Найбільш важливо проводити георебрендинг для промислових міст, які втрачають своє індустріальне обличчя в системі глобальної економіки і конкуренції і вимагають нових ребрендингових рішень.

Вивчення проблематики досліджень, пов'язаних з аналізом сутності бренду та ребрендингу міста присвячено ряд наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених: І. М. Буднікевич, Д. Візгалов, І. С. Важеніна, Д. Хоутон і Е. Стівенс, М. Каваратзис, А. Каландидес, колектив авторів-практиків муніципального управління під керівництвом О. І. Соскіна, в яких, переважно, з позицій маркетингу територій висвітлюються технологічні, методичні інструменти ребрендингу англійських, російських міст. При цьому автори наголошують на тому, що зміст, форми і способи реалізації ребрендингу є новою підгалуззю маркетингової науки та регіональної економіки, що потребує постійного наукового обґрунтування понятійного апарату, методик.

Відхід від концепції промислового міста, міста-фабрики до території як сприятливого середовища для бізнесу і проживання, провокує до початку нової епохи жорсткої конкуренції між містами за бюджетні та підприємницькі інвестиції, інформаційні потоки, талановитих викладачів, лікарів, менеджерів і туристів. У зв'язку з цим створюється бренд міста – сума всіх матеріальних і нематеріальних характеристик міста, емоцій, викликаних цим містом, а також репутація і спосіб його рекламування [1, с. 19]. У свою чергу ребрендинг в маркетинговій концепції життєвого циклу товару розглядається вченими як черговий, більш високий етап розвитку бренду міста, своєрідне «друге

дихання» розвитку його іміджу. За своїм змістом – це маркетинговий інструмент зміни ідеї, унікальності бренду, рестайлінг візуальних ідентифікаторів бренду: рестайлінг логотипу, фірмового стилю, символіки й інших атрибутів бренду, зміна цільової аудиторії міста.

На думку Д. Хоутона і Е. Стівенса, брендинг і ребрендинг міста здійснюється тільки при наборі чотирьох базових параметрів: бренд повинен висловлювати тільки позитивні сторони міста; бренд міста претендує на те, щоб змінити суспільне уявлення про місто; між брендом міста і його ідентичністю повинен існувати негласний зв'язок; бренд міста здатний впливати на інтерпретацію міста людьми [2, с. 80-81]. Це міркування прекрасно ілюструє переконаність в тому, що брендинг є частиною всієї системи розвитку території, включаючи її населення, служачи ланкою виявленої позитивної ідентичності місця і процесом переосмислення місця тими людьми, які по-різному пов'язані з ним. На переконання А. Каландідеса, слід переосмислити ідентичність місця як поняття, знову поставити людей в центр нашого розуміння світу, зробивши їх як учасниками, так і бенефіціарами розвитку території [3, с. 177]. А відомий творець індексу націй С. Анхольт підкреслює, що місця отримують свої бренди з громадської думки, а не від маркетологів і урядів [4, с. 135].

Практика використання ребрендингу, як показує досвід європейських промислових міст, може бути успішною і стати тією стратегією розвитку, яка дає місту як організації новий етап життєвого циклу замість перспективи занепаду. Тому багатьом містам, особливо промисловим, довелося в буквальному сенсі винаходити себе заново. Приклад британського міста Бірмінгем, який за останні 30 років перетворився з депресивного промислового центру в фінансовий і розважальний центр з переважною в економіці сферою обслуговування, є одним з багатьох свідчень успішної практики ребрендингу.

Ребрендинг допомагає вирішити такі завдання: зламати усталені стереотипи ідентифікації міста при згадці; запропонувати нові дестинації, що дозволяють виділитися з загальної кількості одно типовим міст; відтворити у свідомості споживачів привабливий образ, що викликає довіру; зосередити позитивні емоції, пов'язані з містом; сформуванати нову групу постійних споживачів (туристи, інвестори), які асоціюють з новим брендом свій спосіб життя (прихильники бренду).

Однією із стратегій ребрендингу є зміна імені, яка часто стає початком нового життя бренду, виводить його на нову орбіту. Відповідно до теорії Д. Хоутона і Е. Стівенса ребрендинг є частиною всієї системи розвитку території, включаючи її населення, служачи ланкою виявленої позитивної ідентичності місця і процесом переосмислення місця тими людьми, які по-різному пов'язані з ним. Тобто успішність ребрендингу буде полягати в створенні позитивних асоціацій, які саме місто і викликає. У даній статті ми хочемо розглянути на прикладі міста Дніпра стратегію ребрендингу як зміна імені. Процедура перейменування проводилася в слідстві прийняття в 2015 році закону «Про засудження комуністичного і націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні і заборона пропаганди їх символіки». Мета процесу – це відхід від комуністичного минулого, це тягне за собою новий етап розвитку міста, зі створенням нових символів. Однією з частин сприйняття міста на асоціативному рівні – це використання графічної ілюстрації [2, с. 195].

Отже, перейменування спричинило за собою зміну логотипу міста та його смислову наповненість, з'явилися нові акценти в його позиціонуванні. Сам логотип – це щит (основа герба міста) і річка – як головна єдина деталь з новою назвою. Мета була створити і визначити концептуальні ідеї міста, які будуть спрямована на формування корпоративної культури міста.

Дніпро є промисловим містом, довгий час було закритим містом, в зв'язку з цим не робили акцент на розвиток туристичної сфери, хоча за рахунок промисловості місто мало хорошу ресурсну базу і приплив інвестицій. Однак нова назва створює імідж регіону, який дозволив би більш інтенсивно розвивати нові для нього види діяльності, які раніше не асоціюються з ним.

Світова практика брендингу міст дозволяє виділити ряд підстав для конструювання успішного бренду. Так, досить успішно можуть використовуватися специфічні товари, вироблені виключно на даній території. Брендом може стати і якась історична подія, що має відношення до певного регіону. Одними з визначальних чинників бренд-стратегії можуть стати персоналії – державні діячі, спортсмени та їх досягнення, вчені, письменники, а також промислові підприємства, окремі інституції та організації [5, с. 135]. На тему іміджу і бренду міста Дніпро з позицій зовнішнього його сприйняття, показало, що серед жителів різних регіонів країни символічний ряд, на якому бренд в результаті можливо побудувати є наступним: футбольний клуб «Дніпро» (47,4%), метал і труби, як символ головної промислової галузі міста (30,3%), Ю.Тимошенко, як політик, батьківщиною якого є саме Дніпро (31,4%). Специфічним серед респондентів вищевказаних міст можна виділити лише ототожнення Дніпра з Приват Банком, як однією з найпотужніших банківських структур країни, центр якої в Дніпрі (22,7%), серед жителів Харкова, і з річкою Дніпро серед жителів м Рівне (15,6%), що для інших міст характерним не було. Вищевказані бренди – відомі особистості, галузі промисловості, природні ресурси, міські підприємства, формують імідж міста і доводить, що саме громадська думка створює бренди. Однак це є слабкою базою для туристичної сфери, тому на даний момент Міськрада зайнялася розробкою туристичного концепту Дніпра. Відображення процесу проявляється в

створених проектах – «Самара-Дніпро фест» і «Джаз на Дніпрі»– це задає новий вектор розвитку міста, дозволяє з'являтися в інформаційному просторі і формувати туристичну привабливість [6].

Таким чином, створення міцного бренду міста або його ребрендингу грає важливу роль в його розвитку. На прикладі промислового міста Дніпро, ми можемо простежити відхід від раніше існуючого символічного ряду. Головними результатами ефективного ребрендингу міста повинні стати залучення в місто державних і комерційних замовлень, припливу інвестицій, доходів міської скарбниці; розширення участі міста в реалізації міжнародних і федеральних програм; формування позитивного іміджу міста, його престижу, ділової та соціальної конкурентоспроможності; підвищення ефективності використання власних ресурсів за межами міста. Перейменування міста заклало основу створення загальної концепції міста, цілісного бренду, створюючи нові проекти і просуваючи вже існуючі бренди, що дозволить стати місту самодостатнім, менш залежним від центру і допоможе винайти себе заново.

Література:

1. Важенина И.С. О сущности бренда территории // Экономика региона. – 2011. – № 3. – С. 18-23.
2. Хоутон Д., Стивенс Э. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
3. Старостова Л.Э. Мультимодальная территориальная идентичность: город для себя и город для другого // Известия Федерального Уральского Университета. – 2017. – № 23. – С. 175-187.
4. Анхольт С., Хильдрет Дж. Бренд Америка: мать всехбрендов. – М.: Добрая книга, 2010. – 232 с.
5. Мещеряков Т.В. Концептуальные положения по управлению территориальным маркетингом: институциональный подход. – СПб.: СЗГТУ, 2010. – 242 с.
6. Дослідження брендингу міста у сучасних умовах. – Режим доступу: <https://www.def.com.ua>.

СЕКЦІЯ № 1

Городяни Волині XVIII ст.: національний склад та конфесійні характеристики

Близняк Микола Богданович, доцент

кафедри історії імені М. П. Ковальського

Національного університету «Острозька академія»,

кандидат історичних наук, доцент.

Волинське воєводство, що включало в себе три повіти (Кременецький, Луцький і Володимирський) з центром у м. Луцьку у XVIII ст. продовжувало перебувати у складі Речі Посполитої.

Основою для вивчення демографічних процесів є документальні матеріали (інвентарі, люстрації тощо). Власне XVIII століття відкриває так звану статистичну добу в українській історії, коли з'являється значно більша кількість описово-статистичних джерел, ніж в попередній час. На перший погляд, це істотно спрощує завдання історикам в обрахунку чисельності міського населення, проведенні його кількісних та якісних характеристик в досліджуваній період, однак історики-демографи ще мають низку невирішених до кінця завдань, що обумовлюється рівнем збереженості та репрезентативності документальних та наративних джерел.

Міська людність була другою за чисельністю верствою волинського населення після селянства. Впродовж XVIII ст. загальна кількість міст у регіоні змінювалася і за даними тарифу димів скарбової комісії за 1775 р. становила 110 міських поселень (міста та містечка) [7, арк. 231-252 зв.]. У воєводстві домінували приватновласницькі міста (91%), друге місце розділили королівські (державні) (4,5 %) та духовні (4,5 %) [7, арк. 231-252 зв.]. Всього у містах і містечках Волині в останній чверті XVIII ст. нараховувалося 23417 димів [6, с. 420]. Помноживши

кількість димів на розрахований українськими ученими-демографами середній коефіцієнт 6,5 особи на дим, отримаємо 152.210 городян Волині.

Національний та конфесійний склад населення у містах у більшості випадків перебував у прямій залежності від політики їх власників. Найбільшими містами регіону, виходячи з кількості димів (будинків), а відповідно і населення, стали Дубно, Луцьк, Кременець, Острог, Володимир, Староконянтинів. Покатоличені українські князівсько-магнатські родини у приватновласницьких містах, що значно переважали, всіляко сприяли римокатолицькій релігії та переходу православних громад до унії.

Згідно з традиційними підходами істориків, у містах населення поділялося відповідно до матеріальних статків і прав на три соціальні групи: міська верхівка (переважно заможні польські та єврейські родини), поспільство (ремісники, торгівці та основна маса населення середнього статку) та плебс (міські низи).

На теренах Волині в означений період співмешкали різні національні громади. Історичні джерела свідчать про наявність у національному складі воєводства українців, поляків, євреїв, караїмів, татар, вірменів та циган. Всі вони сповідували різні релігії: православ'я, католицизм, уніатство, іудаїзм, іслам тощо. Вцілому міське населення неукраїнського походження становило меншість по відношенню до маси українського населення.

В інвентарях міст Волині городян, як правило, поділено на дві великі громади: християнську та єврейську. Це викликає проблему в розрізненні общин православних, католиків та уніатів тощо. Єдиним можливим і досить гіпотетичним інструментом для підрахунку чисельності конфесій у цьому випадку можуть слугувати імена і прізвища / прізвиська (патроніми) городян. Таким чином, можливо провести аналіз щодо національного складу

городян по окремих міських поселеннях.

Виходячи з того, що головним джерелом формування міського населення було українське селянство, дослідниця українських міст О. Компан, дійшла висновку, що головну масу міщан становили українці [5, с. 92]. Підставові шанси мати першість у міському житті воєводства українці отримали внаслідок козацької війни під проводом Б. Хмельницького. Перманентна урядова політика колонізації з елементами насилля та примусу сприяла цілковитому переходу українців до католицизму та уніатства впродовж XVIII ст. В цьому сенсі важливі статистичні дані католиків Острога, яких у 1790-х рр. налічувалося вже 3954 особи [8, с. 207].

До численних громад на Волині відносилися єврейські общини. Вони мали власну юрисдикцію, що реалізовувалася у містах через кагали. Останні існували у Полонному, Дубні, Луцьку, Острозі (два), Олиці тощо. На початку XVIII ст. чисельність єврейського населення в Дубні зросла майже на 50 %, а в містечку Горохові функціонував сеймик [5, с. 94]. У XVIII ст. чисельність євреїв мала тенденції до зростання. Якщо у 1701 р. ми не зустрічаємо єврейських димів у Слауті, то в 1773 р. їх кількість сягає 42,5 % (37) [2, с. 25]. В Костянтинові євреї становили більше третини населення [1, с. 37]. Отже, містечка й містечка Волині стали осередками компактного мешкання євреїв, а переважна їх більшість були зайняті у сфері торгівлі, промислів, оренд. Польська шляхта всіляко підтримувала багату верхівку кагалів, яка перетворилася «в економічну агентуру правобережних польських поміщиків» [8, с. 209].

Татари склали одну з етнічних груп населення Волині. В Острозі та Костянтинові вони несли військову службу, за що отримували князівські та королівські земельні надання. Острозькі татари сповідували іслам, мали у місті окремих квартал та мечеть

На Волині існували вірменські колонії. За підрахунками Я. Дашкевича, у Луцьку в 1700 р. нараховувалося 11 вірменських сімей, а в 1783 р. парафія вже не діяла [4, с. 231]. У центрі воєводства мешкали караїми [5, с. 102]. Досить мало вірменських сімей було у Дубровиці, Острожці, Дубно, Кременці, Острозі [4, с. 232]. Вірмени цих міст поступово асимільовувалися або покинули місця свого проживання, як це трапилося у Дубні в 1794 р. [9, с. 24-25]. Вірмен змушували до прийняття унії. У XVIII ст. власники міст закликали вірмен, щоб при їх допомозі стимулювати місцеву торгівлю та дрібне ремесло [4, с. 224].

Поодикі згадки про циган трапляються в джерелах, а їх чисельність була досить низькою (Острог). У добу середньовіччя і ранньомодерного часу населення міст Волині іноземного походження переважало у ремісничо-торговельній сфері українців. Кожна з національних громад носила відповідний колорит у розвитку економіки, освіти, культури та релігійного життя. Піднята проблема потребує подальших архівних пошуків та статистичних узагальнень для волинської землі.

Література:

1. Баранович А. Упадок города Речи Посполитой (Старокостантинов в XVIII столетии) // Вопросы истории. – 1947. – № 8. – С. 30-49.
2. Берковський В. Студії з історії Славутчини. – К.: Пульсари, 2008. – 232 с.
3. Близняк М. Місто Острог наприкінці XVIII – на початку XIX ст. // Студії і матеріали з історії Волині 2009 / Ред. В. Собчук. – Кременець, 2009. – С. 226-232.
4. Дашкевич Я. Вірмени в Україні: дорогами тисячоліть. Збірник наукових праць. – Львів: Вид-во Львів. Музею історії релігії Логос, 2012. – 1328 с.
5. Компан О.С. Міста України у другій половині XVII ст. – К.: Вид-во АН УРСР, 1963. – 388 с.
6. Крикун М. Воєводства Правобережної України у XVI – XVIII століттях: статті і матеріали. – Львів, 2012. – 702 с.
7. Львівська національна наукова бібліотека ім. В. Стефаника, ф. 5, оп. 1, спр. 494, – 251 арк.

8. Перковський А.Л. Етнічна і соціальна структура населення Правобережної України у XVIII ст. // Історичні джерела та їх використання. – К.: Наук. думка, 1969. – Вип. 4. – С. 196-209.

9. Baliński M., Lipiński T. Starożytna Polska pod względem historycznym, geograficznym i statystycznym opisana. – Warszawa, 1886. – Т. 3. – Wyd. 2-e.

Адаптаційні стратегії людей похилого віку як референт якості життя у просторі сучасного міста

Бойко Вікторія Анатоліївна, доцент

кафедри соціології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, кандидат соціологічних наук, доцент.

У період швидких соціальних змін актуалізується проблема інтеграції літніх людей. Їхні знання та вміння, набуті в попередні роки, втрачають свою цінність, і літні люди починають відчувати свою невідповідність сучасним тенденціям суспільного розвитку. Звідси страхи і сумніви, пов'язані з їх соціальною непридатністю. Тому в суспільстві складається стереотип старшого покоління, не здатного на повну силу брати участь у трудовій діяльності, активно вступати в суспільні відносини з іншими соціальними верствами суспільства і його соціальними інститутами і впливати на хід розвитку суспільних процесів. Соціальне самопочуття будь-якої людини багато в чому залежить від ступеня відповідності його цінностей, внутрішньої картини світу і місця в ньому тим вимогам і можливостям, які пред'являє і надає йому суспільство. Йдеться про ставлення до вікових соціальних норм, існуючим в масовій свідомості. У подібних стереотипних нормах втілені повсякденні уявлення про здібності, інтереси, потреби осіб старшого віку і відповідно окреслено коло прав та обов'язків, задані певні поведінкові правила, які з точки зору громадської думки повинні засвоїти літні люди.

Зміни умов життя цієї когорти, які обумовлені

об'єктивними обставинами (виходом на пенсію) ставлять їх перед необхідністю адаптації до цих процесів. Перехід зі зрілого працездатного віку до пенсійного для багатьох людей похилого віку часто є кризою, яка тягне за собою нові проблеми і новий стиль життя і певною мірою погіршують якість життя. Він може супроводжуватися зміною зайнятості у трудовій сфері – головного джерела існування, зміною соціального оточення на сім'ю, сусідів і друзів, відходом від звичних соціальних ролей і примиренням з новими. При переході до нових соціальних умов починається новий етап соціалізації зі своїми особливостями. Під соціалізацією людей похилого віку розуміють засвоєння ними знань та навичок, стереотипів поведінки, ціннісних орієнтирів, що забезпечують адекватну участь у формах соціальної взаємодії, які прийняті для даного періоду соціально-економічного розвитку. Як вважає Ю.Хабермас, третинна соціалізація в літньому віці є природним продовженням первинної в дитинстві і вторинної в зрілому віці [2, с. 273].

Зарубіжні дослідники соціалізації літніх зіткнулися з безліччю невирішених питань. Подовження фази старості як масове реальне явище призвело до виникнення багатьох різних вікових когорт всередині даної групи. Х.Гризе під соціалізацію представників літнього віку розглядає в якості четвертої фази соціалізації і підрозділяє її на два підвиди:

1) Соціалізацію більш «молодих», для яких характерно заповнення вільного часу активними, інтелектуальними заняттями, а також громадськими зобов'язаннями по відношенню до більш літніх людей;

2) Соціалізацію «старих» літніх людей, для яких властиві занепад фізичних сил і втрата своїх колишніх можливостей і здібностей [1].

Обґрунтування чотирьох соціалізації підтверджується дослідженням Х.Клінгенбергера, який встановив, що

соціалізація супроводжує людину протягом життя і загальне зниження інтелектуальних здібностей можна чекати після 80 років, коли людина вступає до вікової фази, яку називають четвертим віком, а люди третього віку залишаються активними соціально-політичними громадянами суспільства, які потребують створення умов для їх саморозвитку та самореалізації і впливають на покращення якості життя.

Однією з активних адаптаційних стратегій є залучення цієї когорти до нових освітніх практик, а саме – освітніх програм для людей третього віку. Це не освіта у звичному розумінні, оскільки вона не орієнтована на отримання професії або забезпечення працевлаштування. Це, перш за все, інструмент збереження здатності до соціальної адаптації та інтеграції у суспільство. В процесі навчання люди похилого віку не просто здобувають нові знання і навички з метою знаходження нових видів зайнятості після виходу на пенсію, водночас вони переосмислюють власну біографію й самих себе, освоюють сучасне життя. У ході навчання створюються передумови для усвідомлення літньою людиною потреби й здатності до самореалізації як надважливого атрибуту життя.

Література:

1. Кононыгина Т.М. Геронтообразование: навстречу потребностям пожилых // Непрерывное образование в политическом и экономическом контекстах. – М.: ИСРАН, 2008. – С. 248-273.
2. Хабермас Ю. Моральноесознание и коммуникативноедействие: пер. с нем. Д.В. Складнева. – СПб.: Наука, 2000. – 379 с.

Соціально-психологічна підтримка людей похилого віку сучасними студентами-волонтерами

Бондаренко Зоя Петрівна, керівник

Центру соціальних ініціатив і волонтерства
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара, кандидат педагогічних наук, доцент.

Останніми десятиріччями великого значення надається вивченню проблем старості та старіння. Зрозуміло, що старість не повинна стати для людини тяжкою ношею, а має бути повноцінним періодом життя. Питання соціально-психологічної підтримки та соціально-педагогічної роботи з людьми похилого віку перебувають у центрі уваги багатьох соціальних інститутів, соціальних і дослідницьких проектів і програм, спрямованих на забезпечення прийняттого рівня життя літніх і старих людей, їх адекватного самопочуття, активної участі у період їх вторинної соціалізації.

Статистичні дані останнього часу засвідчують, що демографічна ситуація в корені змінилася: вікова структура населення більшості країн світу, у тому числі і в Україні, нагадує вже не стільки піраміду, скільки колону, що характеризується малою чисельністю дітей, осіб молодого і зрілого віку і високою чисельністю осіб старших вікових груп. Значне збільшення частини людей похилого і старечого віку в загальній структурі населення впливає на всі сфери життєдіяльності. Старіння населення піднімає нові проблеми перед науковцями і практиками. Процес адаптації до старості відбувається на фоні зниження рівня життя більшої частини людей. Нужденність, економічна залежність призводять до погіршення стану здоров'я людей похилого віку та сприяють поглибленню соціальної ізоляції, викликають психічне і психологічне неблагополуччя. Люди похилого віку потрапляють до групи високого ризику, а тому особливо потребують психологічної підтримки.

Зазначимо, що нинішня система соціальних послуг в Україні є недостатньо ефективною, а якість, кількість і доступність послуг значно відстають від сучасних потреб та міжнародних стандартів. Тим часом маємо значне розширення контингенту населення, яке є потенційним споживачем цих послуг: окрім осіб похилого віку і людей

з інвалідністю, це ще й малозабезпечені сім'ї, особи, звільнені з місць позбавлення волі, сироти, тимчасово переміщені особи тощо. Тому сьогодні назріла об'єктивна потреба вдосконалити систему надання соціальної допомоги у різних сферах життєдіяльності людини, сформувавши модель соціально-психологічної підтримки й надання соціальних послуг європейського зразка, активно залучаючи до цього державні й недержавні служби, громадські об'єднання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що розкрито окремі аспекти надання соціально-психологічної підтримки та соціально-педагогічної допомоги людям похилого віку у період їх вторинної соціалізації. Основні поняття теорії соціалізації особистості, її адаптації до різних умов життєдіяльності відображено у наукових працях Л. І. Анциферової, О. В. Безпалько, М. В. Єрмолаєвої, І. Д. Зверєвої, Т. І. Коленіченко, О. В. Краснової, А. Г. Лідере, Ю. Р. Мацкевич, І. В. Мацько, Л. І. Міщик, Ш. А. Надіршвілі, А. О. Реана, С. В. Савченка, Т. В. Семигіної, С. Я. Харченка, Є. І. Холостової та ін.

У дослідженнях О. О. Байер, І. Г. Беленької, Л. В. Бороздіної, І. А. Жук, Т. З. Козлової, Т. І. Коленіченко, М. С. Кузовкової, В. І. Лазаренко, О. М. Молчанової, В. Д. Шапіро, Є. Ю. Шаталова, М. Ф. Шахматова, Е. В. Устинової, Р. С. Яцемирської розглянуто питання адаптації літніх людей до нових соціальних умов, як-от: геріатричного пансіонату, притулку, будинку-інтернату для людей похилого віку, університету третього віку, вивчаються особливості самооцінки, самопочуття людей у пізньому віці та визначається перелік послуг їм у процесі соціально-психологічної допомоги у період вторинної соціалізації.

Окремі дослідники розглядають методи і форми соціальної роботи, які використовуються у практичній діяльності фахівців соціальної сфери щодо психолого-

педагогічного супроводу літніх людей, психологічної підтримки [1, с. 161], соціально-педагогічної підтримки [2, с. 131-132] тощо. Дослідниця Т. І. Коленіченко вказує на роль психологічного складника процесу соціалізації, пов'язаного зі стилем життя людини похилого віку: «...у цієї вікової групи існують проблеми, які носять комплексний характер – економічний, медичний та психологічний. Різниця у вирішенні цих проблем полягає у тому, що проблеми, які носять економічний та медичний характер, розглядаються і вирішуються на загальному рівні для всієї частини людей похилого віку, а психологічні проблеми вирішуються індивідуально, на основі особистісних якостей людини похилого віку та соціальної ситуації, що і є більш складним у вирішенні труднощів цієї групи населення» [3, с. 26].

Відомо, що ставлення людини похилого віку до старості проявляється у різних формах поведінки, що відображають індивідуальні особливості реагування на власне старіння. Одні зовсім не приймають своє старіння, тобто не бажають визнавати та розуміти те, що приносить старість у їх фізичні та психічні стани. Постійно знижений настрій вони сприймають як природний стан у старості. Такий стан часто призводить до розладу: від емоційного спустошення до повної ангедонії (синдрому відсутності радості), втрати здатності радіти життю. Інші знаходяться у злагоді зі своїм старінням і навіть у цьому вбачають позитивні сторони. Успішність старіння, адаптація до нього визначається тим, наскільки людина підготовлена до вступу в новий віковий період свого життя, тобто мова йде про рівень її зрілості та поглядів на життя; як проходив життєвий шлях на попередніх вікових періодах; що людина «несе в собі» (її внутрішній світ). Помічено, що неадаптивним стає процес старіння у тих людей, які не змогли розвинути в собі якості самостійності та ініціативності. Часто такі люди відчують себе загубленими і безпорадними. Інколи

стара людина порівнює процес свого власного старіння з процесом старіння інших людей (людині здається, що вона старіє швидше чи повільніше, ніж інші), тобто спостерігається явище психологічної асиметрії своєї і «чужої» старості.

Тому люди похилого віку є специфічною категорією клієнтів психологічної допомоги. Специфічність проявляється у загостренні та зміні деяких рис характеру, зниженні зацікавленості у новому, неспроможності сприймати сучасні погляди. Зміни в їхньому соціальному статусі, матеріальному становищі та зовнішності призводять до того, що люди похилого віку стають дуже вразливими, у них спостерігається емоційна пригніченість, зміни настрою, схильність до депресивних станів [5, с. 66]. Таким людям на допомогу приходять як практичні психологи, так і волонтери з числа студентської молоді.

Волонтерська робота об'єднує різноманітні види соціально-педагогічної діяльності: надання соціально-педагогічної допомоги, психологічної підтримки, соціальних послуг; реалізація планів, проектів та програм; створення, розвиток і координація соціальної мережі (волонтерських організацій, громадських формувань соціально значущої спрямованості тощо); організація виховних та благодійних заходів й акцій за різним спрямуванням, тематичними напрямками тощо); забезпечує різнобічність впливу на особистість, вплив на свідомість, почуття і поведінку, основу яких складають стійкі переконання.

Можна переконливо говорити й про роль волонтерських об'єднань у співпраці з державними і недержавними структурами щодо надання допомоги людям похилого віку. Варто наголосити і на тому, що існує певний досвід успішної взаємодії волонтерів і літніх людей. Так, волонтери Центру соціальних ініціатив і волонтерства Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара разом із

представниками обласної благодійної організації «Ангел дитинства» розробили і впровадили соціальний проект «Інклюзія та волонтерство», у якому передбачена також робота і людей похилого віку, які виступають активними учасниками спільного соціального проекту, свого роду наставниками для дітей з особливими освітніми потребами (далі – ООП) шкіл м. Дніпро. В основному це рідні дітей, з якими співпрацюють студенти-волонтери. Тут доречним є пояснення дефініції наставництва, яка є відносно новим поняттям у теорії загальної та соціальної педагогіки. Хоча наставництво і походить з давньої Греції, воно і сьогодні є надзвичайно потужним інструментом допомоги людям будь-якого віку. У багатьох державах світу наставництво вже міцно укоренилося. Усе більше зарубіжних компаній та університетів користуються цим способом взаємодії та передачі інформації. Бо сьогодні серед різних форм підтримки людини інноваційною вважається наставництво – певна форма поведінки, яка зосереджується на впливові однієї людини на іншу з метою її розвитку, корекції; процес, коли одна людина пропонує допомогу, підтримку, власні поради, психолого-педагогічний супровід з метою навчання, активної соціалізації, профорієнтації, успішної адаптації до умов соціального оточення тощо, іншій людині, в нашому випадку, студентів з ООП. Слово «наставництво» походить від англ. слова «mentor», що означає «наставник». Ментором звали героя давньогрецької міфології, який славився тим, що був мудрим порадником та користувався всезагальною довірою. Донедавна це слово зберігало своє значення. Саме його часто використовували політики, спортсмени, актори та інші люди для характеристики людини, яка впливала на них на різних етапах кар'єри.

Ключовими фігурами у цьому процесі виступають наставник та вихованець – студент із ООП. Звернімося до визначення поняття наставника. На нашу думку,

наставник – це референтна (значуща та цінна для іншої людини, як взірць для наслідування) доросла людина, що виявила бажання присвятити свій час, знання й сили особистості, яка потребує уваги, що створює умови для її повноцінного розвитку, виконує важливі функції консультанта, друга, старшого товариша та здійснила відповідну підготовку до цієї діяльності. Очевидно, що наставником може бути людина, якій довіряють. На наш погляд, у якості наставника може виступити, з одного боку, педагог або фахівець психологічної служби, з яким студент безпосередньо взаємодіє у закладі вищої освіти, з іншого – людина без фахової освіти, яка входить у контактну мережу молоді людини (волонтер, родич, однокурсник, випускник вузу). Роль наставника у житті молоді людини з вадами, яка здобуває вищу освіту, є першорядною й полягає у забезпеченні підтримки і створенні умов для її соціального розвитку, мотивації до успішної життєдіяльності; формуванні довірливих відносин з нею, та вдалої адаптації у соціумі тощо.

З огляду на вищезазначене, визначимо, що мета діяльності наставника у закладі вищої освіти – здійснювати психолого-педагогічний та освітній супровід студента з ООП, сприяти його підготовці до професійної діяльності та до самостійного життя, до успішної адаптації в суспільстві. Завданнями наставника можуть бути такі: формувати емоційно-значущі, стабільні та довготривалі стосунки у житті вихованця, підтримувати і розвивати позитивні цінності та культурну спадщину особистості; допомагати студентові розвинути свій потенціал й розкрити свої можливості; сприяти у визначенні студентом (зокрема, першокурсником) власних індивідуальних цілей та шляхів їх досягнення; здійснювати залучення молоді людини до громадського життя на факультеті чи у виші в цілому, стимулюючи її правильний позанавчальний вибір форм громадської чи волонтерської діяльності, підтримуючи

успіхи не лише у навчанні, а і у позанавчальній діяльності, підвищуючи тим самим самооцінку; сприяти формуванню у студентів навичок позитивного спілкування з однокурсниками і толерантного ставлення до оточуючих.

До вивчення проблеми наставників студентів з особливими освітніми потребами долучаються студенти спеціальностей «Спеціальна освіта», «Психологія» Дніпровського національного університету ім. Олеса Гончара, які є членами громадського об'єднання університету – Центру соціальних ініціатив і волонтерства ДНУ ім. Олеса Гончара. Їхніми завданнями виступили: волонтерський супровід студентів з ООП у навчальній та позанавчальній сфері й залучення цих студентів до участі у волонтерській діяльності. Зазначимо, що ця робота дозволяє розвиватися не лише студентам з ООП, але і самим студентам-волонтерам, наставникам, адже саме тут вони мають можливість познайомитися з новим напрямом волонтерської роботи, інтерактивними методиками і технологіями роботи з людьми з вадами розвитку, набути фахові знання зі спеціальності, напрацювати навички толерантного спілкування з молоддю із особливими освітніми потребами [4, с. 228].

У змісті роботи волонтерського центру і психологічної служби – тренінги з резильєнтності (динамічного процесу позитивної адаптації людини до негараздів) для молодих людей з ООП і студентів-волонтерів, тренінги з адаптації першокурсників до навчання у виші, тренінги з арт-терапії у роботі волонтерів тощо. На цих та інших заняттях є можливість опрацювати теми: як проводити інформаційні зустрічі та залучати потенційних наставників, як здійснювати роботу з підготовки студентів до появи в їхньому житті наставника, в який спосіб, базуючись на потребах молодшої людини та ресурсах наставника, здійснювати взаємодобір пари «наставник (викладач вузу, літня людина та ін.) – студент з ООП», як вести роботу

з підтримки та особистого розвитку наставників і їх мотивації, а також, яким чином забезпечити комфортну та ефективну взаємодію наставників та студентів з ООП, враховуючи їх особливості, інтереси та потреби. Студенти-волонтери, учасники тренінгів, пройшовши навчання, мають необхідні знання та навички для розвитку й підтримки наставництва в інклюзивному середовищі ЗВО [4, с. 229].

Отже, є певні напрацювання щодо заохочення людей, старших за віком, до участі у впровадженні інклюзивної освіти у м. Дніпро через становлення партнерських стосунків між волонтерами, вчителями, школярами, викладачами вищої школи, студентами, дітьми, молоддю з інвалідністю та їх родинами, спрямованих на розвиток інклюзивного суспільства, формування інклюзивної компетентності членів колективу, зосередження зусиль на популяризації волонтерського руху в наданні соціальних послуг, а також удосконалення напрямів і технологій волонтерської роботи в інклюзивному освітньому просторі тощо. На рівні міста Дніпро можна створити міський Центр розвитку наставництва.

Другий аспект підтримки людей похилого віку студентами-волонтерами стосується безпосередньої роботи з ними. Мусимо констатувати, що з плином часу кожне покоління виявляється «за бортом сучасності». У цих людей свій ритм життя, спосіб їхнього буття – ностальгія. Така доля всіх, хто живе на конвеєрній стрічці лінійного часу. Студенти-волонтери піклуються про нетлінний зв'язок поколінь. Про це майбутні психологи та спеціальні педагоги дбають повсякчас. Серед переліку практичних справ – своєчасні поїздки до пансіонату із змістовною програмою та різними формами, методами роботи.

Відвідування геріатричного пансіонату, що знаходиться на околиці м. Дніпра на вул. Гаванській, 15, у Придніпровську

є доброю традицією. Пансіонат є стаціонарною соціально-медичною установою для постійного проживання громадян похилого віку, ветеранів, людей з інвалідністю, а також психоневрологічними захворюваннями. Установа приголомшує своїм масштабом: вона розрахована близько на 600 підопічних, яких волонтери прагнуть підтримувати. Волонтерам з університету неодноразово доводилось бувати у цій установі.

Щоразу, перебуваючи у товаристві людей похилого віку, студенти розуміють, що найголовнішою потребою літньої людини завжди є звичайне людське спілкування, адже специфіка її бажань – віддавати, а не брати. Виникало питання, невже старість – значить бути ізольованим від оточуючих людей? У суспільстві існує маса стереотипів, що стосуються життя людини в старості. Життя літніх людей розглядається як регрес, поступове згасання, що не приносить жодної користі суспільству. Ці уявлення, на жаль, підтримуються ЗМІ, соціумом. Багато літніх людей стикаються із заперечливими упередженнями щодо себе, що негативно позначається на їх самооцінці, на уявленнях про самих себе і про своє місце в суспільстві, про вторинну соціалізацію людини. У кожній людини є глибока потреба – бути потрібною, корисною. Ще римський оратор і філософ Цицеронсправедливо зазначав, що старість репрезентує інтервал, переповнений роздумами і спогадами про пережите в житті, насичений багатим досвідом пізнаного.

Літні люди ділилися серйозними та курйозними історіями з власного життя, розповідали про дозвілля в пансіонаті, співали разом зі студентами народні пісні, люб'язно погоджувались фотографуватись, і навіть просили роздрукувати їм світлини й привезти наступного разу. Що і було зроблено.

Отже, волонтерство сьогодні – це неабиякий духовний, життєвий і професійний капітал. Особливо, коли йдеться про доброчинну допомогу тим, хто знаходиться у цих

зкладах, бо люди похилого віку є носіями соціальної пам'яті, які здійснюють необхідний зв'язок між поколіннями. Нам усім варто пам'ятати, що ставлення до літніх людей є одним з громадянських критеріїв соціального благополуччя. Через зміни у родинній структурі в індустріалізованих країнах літні люди все частіше не живуть поряд із своїми дітьми та іншими родичами. Суспільство повинне взяти на себе вирішення всіх проблем, пов'язаних з комплексом захисту і соціального обслуговування та забезпечення літніх людей, а студенти-волонтери, мають подбати про шанобливе й уважне ставлення до них, про надійний і нетлінний зв'язок поколінь.

Таким чином, ідея створення моделі діяльності волонтерських об'єднань за участю багатьох партнерів, що дозволило б людям похилого віку брати активну участь у житті громади та сприяти їх соціальній адаптації, успішній соціалізації, на практиці виявилася дієвою і значущою. На користь вищезгаданого слугують такі аргументи: залучення до волонтерської діяльності не лише студентів, а й літніх людей, може вважатися як певний вид надання соціально-психологічної допомоги людям у період їх вторинної соціалізації, як форма оптимальної взаємодії молодших і старших; як діяльність, що дозволяє майбутнім фахівцям отримати необхідний досвід роботи, напрацювати необхідні уміння та навички; сформувати провідні особистісно-професійні якості, як-от: доброта, людяність, тактовність, доброзичливість, відкритість новому досвіду, відповідальність тощо.

А літнім людям випадає ще одна можливість їхньої самореалізації на практиці. І соціально-психологічна підтримка, яка має вигляд допомоги, діяльності, консультації, поїздки, організації дозвілля, активного слухання тощо, – має стати нормою життя представників не лише ЗВО, а й усіх пересічних громадян і НДО міста. Перспективною темою для подальшого вивчення

проблеми може бути дослідження не менш дієвої форми соціально-психологічної допомоги людям старшого віку як реабілітація.

Література:

1. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери/ за заг. ред. проф. І.Д. Звереві. – Київ, Сімферополь: Універсум, 2012. – 536 с.
2. Заверико Н.В. Соціальна педагогіка: навч. посібник. – К.: Вид. дім «Слово», 2011. – 240 с.
3. Коленіченко Т.І. Соціалізація людини похилого віку в умовах гериатричного пансіонату. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgiirbis_64.exe?
4. Менеджмент волонтерських груп від А до Я: навч.-метод. посібник / за ред.Т.Л.Лях; авт. кол.: З.П.Бондаренко, Т.В.Журавель, Т.Л.Лях та ін. – К.: Версо-04, 2012. – 288 с.
5. Холостова Е.И. Социальная работа с пожилыми людьми: учеб. пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2002. – 296 с.

**Управління в містах Волині за книгою записів № 8
Литовської метрики**

Бортнікова Алла Василівна, доцент
кафедри всесвітньої історії Східноєвропейського
національного університету імені Лесі Українки
(м. Луцьк), кандидат історичних наук, доцент.

Значні можливості з виявлення як нових, раніше не запроваджених до наукового обігу джерел, так і численної інформації стосовно міського управління на Волині у складі Великого князівства Литовського (ВКЛ) міститься в матеріалах Литовської метрики (ЛМ). ЛМ – історично сформована назва комплексу документів державного архіву ВКЛ, який формувався як фонд вихідних і вхідних документів та їх копій, об'єднаних в окремі книги в період функціонування канцелярії великого князя литовського XV–XVIII ст. ЛМ містить актовий матеріал масового характеру у вигляді оригінальних канцелярських книг і книг-копій архіву ВКЛ. Загалом документи ЛМ охоплюють

період з першої половини XV до 1794 р. ЛМ, маючи значний географічний, хронологічний, видовий і тематичний потенціал з історії українських міст і волинських зокрема, до нашого часу використовується недостатньо. Це пов'язано з обмеженою кількістю публікацій основної маси документів ЛМ, а також із відсутністю комплексу досліджень щодо інформаційних можливостей даного джерела.

Складною була доля книги записів № 8, як і доля самого комплексу документів ЛМ. До початку XVI ст. матеріали метрики зберігалися в замку Тракай (Троки), згодом в Вільно (Вільнюсі). У 1740-х роках метрика була перевезена до Варшави і об'єднана з документами Корони Польської («Коронної метрики»). У 1795 р. – перевезена до Петербургу. У Петербурзі деякі документи передано в 1809 р. до Публічної бібліотеки. У 1887 р. весь комплекс перевезено до Москви і передано у Московський архів міністерства юстиції. В наш час вони зберігаються у Російському державному архіві давніх актів (РДАДА), входять до складу фонду 389, 666 одиниць зберігання. Оп. 1, ч. 1–2. Для дослідження обраної проблеми використовують як окремі книги (матеріали) фонду 589 Російського державного архіву давніх актів, так і опубліковані книги цього фонду.

До нашого часу більша частина книг ЛМ збережена в копіях

кінця XVI – початку XVII ст., здійснених з ранніх оригінальних книг за розпорядженням канцлера Л. Сапеги. Це – листи, привілеї містам, князям, панам, шляхті, дипломатична переписка, рішення судів, ревізії маєтностей і замків, переписи, заповіти, надходження і витрати митних комор та інші важливі документи переважно видані від імені великого князя литовського та інших державних інститутів. У ЛМ збережено і матеріали загальнодержавного значення, і матеріали з управління

різними областями ВКЛ, включно з Волині.

Історики неодноразово приступали до класифікації матеріалів Литовської метрики, при цьому відмічали ступінь різноманітності вміщеної в них інформації (Хорошкевич А., 1970; Ковальський М., 1979; Боряк Г., Абросимова С., 1988; Менжинський В., 1992). Матеріали Литовської метрики інтенсивно використовували в працях польські, російські, українські вчені XIX ст.: В. Антонович, М. Любавський, М. Владимирський-Буданов, М. Довнар-Запольський, І. Лаппо, Ю. Вольфф, М. Грушевський та ін. Радянські дослідники Я. Ісаєвич, Я. Кісь, О. Компан, В. Отамановський, сучасні П. Сас, Г. Швидько залучали документи метрики у дослідженнях розвитку міст України, їх соціально-економічного становища і адміністративного устрою.

Загальну характеристику Литовської метрики в якості джерела з історії ВКЛ давали С. Пташицький, М. Бережков, М. Улащик, А. Хорошкевич, М. Ковальський, Е. Баньоніс, Г. Боряк. Вітчизняна дослідниця С. Абросимова на основі проведеного комплексного джерелознавчого дослідження документів ЛМ визначила ступінь репрезентативності метрики як джерела з історії міст України першої половини XVI ст. Стосовно міст Волині, організації в них міського управління, джерелознавчий аналіз матеріалів ЛМ не проводився.

Запровадження до наукового обігу матеріалів ЛМ для вивчення суспільно-політичного розвитку українських земель відбувалося повільно. За останню чверть XX ст. і в перші десятиліття нового століття опубліковано великий масив матеріалів ЛМ. Першість у виданні книг колекції ЛМ належить литовським, білоруським дослідникам і з точки зору числа публікацій, і з точки зору якості їх наукової підготовки.

Книги ЛМ поділяються на чотири великі групи: книги записів, книги судових справ, книги публічних справ,

книги переписів. Незважаючи на те, що кожна група книг має свою специфіку, чіткого розмежування за змістом документів та їх видовими ознаками немає, а навпаки, простежується їх взаємопроникнення. Найбільше матеріалів з історії управління в містах Волині вміщено в книгах записів метрики за 1440-1585 рр. (№ 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 20, 22, 25, 28, 30, 32, 33, 43, 44, 46, 51, 70, 561, 564 та ін.)

Із цього комплексу джерел ЛМ для дослідження проблеми становлення і розвитку міського управління на Волині виділено акти і діловодні документи загальнодержавного значення, і такі, що регламентували управління на місцях, в тому числі й в містах Волині. Серед них акти, що запроваджували або підтверджували права і вольності міст на магдебурзькому праві, регламентували повноваження в'їтів, встановлювали порядок і види податків і зборів, організацію і проведення торгів, ярмарок, розвиток ремесел і промислів, регламентацію діяльності цехів та затвердження цехових статутів. Самоназва таких записів – «лист і «привілей». Окрему, найбільшу групу в книгах записів складає судова документація: скарги, заяви, рішення, декрети, вироки та ін. Зазначимо, що документи видавалися переважно від імені великого князя.

У книзі записів № 8 ЛМ вміщено найбільшу кількість актів, що безпосередньо стосуються управління в містах Волині (близько 60 актів). Хронологічні рамки книги – 1499-1514 рр. Більшість актів відносяться до початку правління Жигимонта I Старого (кінця 1506 до 1514 р.). Окремі записи підтверджуються Жигимонтом і стосуються періоду правління великого князя литовського Олександра. Їх цінність полягає у тому, що там вміщено численні незбережені акти попередніх часів, зокрема доби Свидригайла і Казимира. До книги увійшли неоднорідні за змістом записи окремих книг того часу: дипломатичні записи, книги оренди, данин, виплат («отправы»). Велику

групу матеріалів складають акти на земельні володіння представників великокнязівської влади і шляхти, серед них володіння в містах, і на права, що безпосередньо пов'язані із землеволодінням волинських урядників, а також князів, панів, зем'ян (24 актів).

Із загальної кількості опублікованих 626 актів до історії Волині, розвитку Луцька, Володимира і Кременця відносяться 56 записів, з них 22 листи, 19 привілеїв, 12 підтверджень, 3 вироки. 22 записи («лист», «лічба») стосуються митних надходжень, організації і контролю за цією справою центральної влади (№ 95, 97, 109, 111, 114.1, 114.2, 124–127, 133, 296 та ін.); 2 – пільгових листи луцьким міщанам (1507) – підтвердження на звільнення їх від виконання повинності забезпечення «постою» слуг луцьких старост в місті (№ 194), зменшення на половину оплати луцьких кравців старостам (№ 195); 1 – лист-підтвердження (1507) старостиній луцькій княгині Семеновій Юрійовича Гольшанській Настасії і нащадкам на будинок з фільварком у місті Луцьку, вислугу її чоловіка «на вечність» та маєток Головин в Луцькому повіті (№ 198); 1 – привілей луцькому пушкарю Ганусу на дім в Луцьку «на вечно» (1507) і запис пушкарю на тримання в домі корчми «волной» терміном «поки он тамъ будетъ мешкати и его м(и)л(о)сти служыти» (№ 266.1, 266.2); 1 – привілей (1507) гетьману, луцькому старості князю К. Острозькому на отримання до луцького староства з луцького мита щорічно 200 кіп грошей «до волі господарської» (№ 296); 1 – привілей (1508) господарському двірському Івашко Денисовичу на селище Демковці в Кременецькому повіті, дворець, двір з садом «под местомъ» Кременцем і «пляцъ» в Кременецькому замку (№ 325); 1 – запис досудової справи (1508) – наказ «про память записати» про те, що луцькі міщани Мишка Пальчиков і Лук'ян Пшайчик скаржилися на зрив судового засідання в Кракові, куди вони прибули під зарукою в 400 рублів грошей у справі з господарським двірським Деменею, який «на тотъ рокъ не стал» (№ 400);

1 – вирок (1511) в'їту і володимирським міщанам з Петрашком Калусовським про звільнення міщан від сплати мита у маєтку Калусове (№ 594); 1 – привілей (1511) володимирським міщанам на право користування навколо міста на відстані двох миль будівельним лісом і заготівлею дров, крім бортного і «підписного» лісу, в князівських, панських і зем'янських володіннях (№ 595); 1 – привілей (1511) Ф. М. Чарторийському на місто Литовеж у Володимирському повіті з в'їтвством і з правом щотижневого торгу і двох річних ярмарок (№ 608) та ін.

Акти названої книги свідчать про інтенсивність урядової політики ВКЛ щодо волинських міст на початку XVI ст. Різноманітність вміщеної інформації цієї книги засвідчує 15 видів найменувань заголовків. Серед них переважали «лист», «привілей», «потверженьє». Аналіз форм записів цієї книги показує, що основне їх призначення полягало у фіксації великокнязівських і підтверджувальних листів.

За підрахунками С.В. Абросимової, найбільша кількість записів з історії великих міст України містять такі книги записів ЛМ: № 8 (55 док.), № 14 (43 док.), № 37 (53 док.), № 38 (37 док.) У першій половині XVI ст. серед найбільших міст України значилися волинські міста. Лише у вказаних книгах історії Луцька торкаються 155 записів, Києва – 131, Володимира – 58, Кременця – 50, Брацлава – 35, Кам'янця – 20, Вінниці – 20, Черкас – 21, Острога – 20.

Отже, книга записів ЛМ № 8 характеризується видовою і тематичною репрезентативністю матеріалів. Вони дозволяють виявити рівень політичного і соціально-економічного розвитку великокнязівських міст Луцька, Володимира і Кременця, управління в них на засадах магдебурзького права. Міщани Володимира на чолі з в'їтом постають суб'єктами відстоювання і захисту своїх законних прав і привілеїв відповідно нормам магдебурзького права. Там міститься чимало відомостей щодо топографії Кременця і Луцька, організації торгівлі, розвитку ремісництва.

**Дуальна вища освіта: сутність та передумови її
впровадження в Україні**

Гилюн Олексій Васильович, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
філософських наук, доцент.

У період ринкової трансформації економіки та масовізації вищої освіти в Україні відбулось знецінення практичної підготовки здобувачів вищої освіти, поширилась її фальсифікація. Занадто розповсюдженим стало явище працевлаштування випускників закладів освіти не за фахом. Спостерігається значна невідповідність обсягів освітніх послуг потребам ринку праці.

Багато нинішніх українських роботодавців не задоволені підготовкою кадрів, які приходять до них на роботу, причому не задоволені саме практичними навиками молодих фахівців. Перший заступник міністра освіти і науки Володимир Ковтунець прямо зізнається: «Ми зараз, наприклад, випускаємо багато інженерів, але наші підприємства мають проблему підбору кадрів, вони не можуть взяти випускника з дипломом магістра – він просто не готовий до роботи» [2].

Отже, однією з найважчих проблем сучасної української вищої освіти є її відірваність від вітчизняного ринку праці. Подолати цю відірваність неможливо без посилення взаємозв'язку теоретичної і практичної підготовки студентів. А це, як показує світова практика, за нинішніх умов можна ефективно здійснювати через впровадження дуального навчання.

Дуальна освіта (від лат. *dualis* – подвійний) – це такий вид професійної освіти, в якій поєднується навчання осіб у закладах освіти з навчанням (переважно виробничим) на робочих місцях підприємств, установ чи організацій для набуття певної кваліфікації. «Суть дуальної освіти

полягає в тому, що студент з якогось моменту частину навчання проводить на робочому місці. Це не практика, а саме навчання, яке студент проходить, працюючи. Це повноцінне виконання обов'язків, отримання заробітної плати і паралельне здобуття знань» [3].

Родоначалником системи дуальної освіти вважається Німеччина, де в середині 1960-х років вперше в науковий обіг був введений і сам термін «дуальна освіта» – як нова гнучка форма організації професійного навчання. Дуальна освіта в Німеччині має чітку законодавчу базу. Дуальне навчання передбачає спільне фінансування програм підготовки професійних кадрів під конкретне робоче місце підприємствами і організаціями, зацікавленими в кваліфікованому персоналі, та регіональними органами влади, зацікавленими в розвитку економіки і підвищенні рівня життя людей в регіоні. Студенти заключають трудові договори з роботодавцями, які закріплюють за ними досвідчених наставників. По закінченню освітнього закладу крім диплома випускник отримує від фірми-роботодавця свідоцтво (сертифікат) про трудову практику [1; 4]. З Німеччини дуальна освіта широко розповсюдилась в інші країни Європи і світу.

Слід відзначити, що елементи дуальної освіти у вигляді поєднання роботи з навчанням як у форматі здобуття освіти за вечірньою або заочною формою навчання, так і у форматі практичної підготовки здобувачів вищої освіти денної форми навчання, успішно розвивались і в Радянському Союзі в період розквіту там планово-адміністративної економіки, але в час переходу до ринкової економіки були знехтувані.

Чиновники Міністерства освіти і науки України в останній час почали демонструвати зацікавленість у розвитку вітчизняної дуальної освіти. 26 грудня 2017 року на розширеному засіданні колегії МОН було розглянуто Концепцію підготовки фахівців за дуальною

формою здобуття освіти в Україні. У ній передбачається встановлення рівноправного партнерства закладів освіти, роботодавців та здобувачів освіти з метою набуття останніми досвіду практичного застосування компетентностей та їх адаптація в умовах реальної професійної діяльності. Розробку нормативно-правової бази для запровадження дуальної освіти у повному обсязі передбачається здійснити в 2018 році [5].

Водночас, як справедливо наголошують в Міносвіти, впровадження дуальної освіти – це також величезний обсяг роботи для вишів. Їм потрібно мати пул підприємств, які готові не просто брати студентів на роботу, а навчати їх – організовувати на робочому місці навчальний процес [3]. Світовий досвід показує, що такі підприємства слід шукати, перш за все, у сфері промисловості, фінансів, соціальної роботи.

Отже, дуальна освіта для України – це не данина моді. Адже вітчизняні підприємства та фірми нині все гостріше відчують потребу у висококваліфікованих кадрах, університети – у вмотивованих до навчання студентах, а випускники університетів потребують відповідних здобутих кваліфікації робочих місць.

Дуальна система освіти сприяє завчасному вирішенню цих проблем. Підприємство, отримуючи певні пільги від держави, бере на себе витрати на навчання студента за узгодженою програмою та виплачує йому стипендію, а, іноді, і заробітну плату в час проходження практичного навчання на робочому місці. Студент зобов'язується по закінченню вишу почати свою самостійну трудову діяльність саме на цьому підприємстві. Навчальний заклад, в свою чергу, отримує як кошти на свій розвиток, так і цілеспрямованих, вмотивованих на здобуття майбутньої професії студентів.

Література

1. Аникеев А. А., Артуров Е. А. Современная структура образования в Германии // *Alma mater.* – 2012. – № 3. – С. 67-68.

2. В Україні хочуть ввести можливість здобувати вищу освіту на роботі. – Режим доступу: <https://ukr.media/business/343319/>

3. В Україні хочуть запровадити можливість здобувати вищу освіту на роботі. – Режим доступу: <https://tsn.ua/v-ukrayini-hochut-zaprovaditi-mozhlivist-zdobuvati-vischu-osvitu-na-roboti-1098245.html>.

4. Дуальна освіта в Німеччині: студенти забезпечені роботою ще до закінчення вузу. – Режим доступу: <https://osvita.ua/abroad/higher-school/germany/17801/>

5. У 2018 році МОН планує підготувати законодавчу базу для дуального навчання. – Режим доступу: https://zaxid.net/u_2018_rotsi_mon_planuye_pidgotuvati_zakonodavchu_bazu_dlya_dualnogo_navchannya_n1447735.

**Контексти актуалізації соціологічного модусу
дослідження здоров'я в сучасному українському
суспільстві**

Зубарева Оксана Ігорівна, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара,
кандидат соціологічних наук.

Тематика «здоров'я» і «хвороби» до недавніх пір традиційно знаходилася в фокусі дослідження медичної науки і лише нещодавно стала предметом цілісного соціологічного вивчення. Поштовхом до актуалізації саме соціологічного модусу вивчення здоров'я вважаються зміни в структурі суспільної свідомості, що відбулися на фоні глобальних трансформацій, пов'язаних з руйнуванням усталених поглядів на добро, зло, справедливість. Наростаюча ентропія призвела до порушення системи соціального гомеостазу, трансформації традиційних уявлень про норму і патологію, здоров'я і хворобу. В кінці ХХ століття стало дедалі очевиднішим, що сама лише медицина не в змозі осмислити багатогранність такої категорії як здоров'я, що стало розглядатися в контексті гуманістичних традицій як феномен соціального, духовного і культурного

порядку. Про зростаючу значимість для міжнародного співтовариства проблематики здоров'я свідчить низка міжнародних документів, що визначають не лише правове поле діяльності світової спільноти в сфері охорони здоров'я, а й необхідність міждисциплінарного аналізу, зокрема, відзначимо Мінську, Ашгабатську, Віденську декларації ВООЗ, рамкову основу «Здоров'я-2020 – основи європейської політики і стратегії для ХХІ ст.», Європейську декларація з охорони психічного здоров'я, Декларацію з охорони здоров'я дітей і підлітків з обмеженими інтелектуальними можливостями й їхніх сімей [1]. Ще в 1989 році на I Міжнародному симпозиумі в бельгійському Louvain-la-Neuve, присвяченому вивченню культури здоров'я, було наголошено на необхідності глибокої «ревізії» уявлень про здоров'я і було введено поняття «науки про здоров'я» не як нової академічної дисципліни, а як міждисциплінарного напрямку дослідження з метою теоретичної і практичної трансформації і переорієнтації наукового аналізу, виявлення фундаментальної природи здоров'я, розробки теорії і моделей для дослідження. В рамках дискусії було запропоновано розглядати здоров'я крізь призму біомедичної, екзистенційно-антропологічної та культурологічної парадигми аналізу здоров'я людини [2].

Ми виходимо з то, що саме соціологічна інтерпретація даних щодо стану здоров'я населення, факторів, які його детермінують, а також прогнозування показників здоров'я в залежності від соціально-економічних процесів, що реалізується в сфері державної політики – одна з найважливіших завдань соціології в контексті актуальних реалій в українському соціумі. Адже сьогодні ми є свідками реформування в Україні системи охорони здоров'я, посилення розшарування суспільства, зростання нерівності різних груп населення, що посилює негативні демографічні тенденції та ставить суспільство перед

необхідністю радикальних змін в сфері охорони здоров'я та медицини. То ж актуальність соціологічного аналізу проблематики здоров'я в українському суспільстві, загалом, і в місті Дніпро, зокрема, обумовлена рядом причин, а саме:

По-перше, на фоні погіршення демографічних показників, серйозну стурбованість викликають негативні тенденції, пов'язані зі станом здоров'я майже всіх вікових груп українців. У 2016 році чисельність населення України зменшилася внаслідок природного та міграційного рухів населення на 176 тисяч осіб. В Україні сформувалася структура населення, для якої характерна висока питома вага осіб старшого віку і низька молодшого. На 1 січня 2017 року чисельність осіб у віці 0-15 років становила 16,2% загальної чисельності постійного населення, у віці 60 років і старше – 22,5%. За даними головного управління статистики в Дніпропетровській області на 1 січня 2017 р. чисельність постійного населення становила 3227,1 тис. жителів. Упродовж року чисельність населення регіону скоротилась на 24,5 тис. осіб, що становило 7,6 особи на 1000 жителів [3, с. 6-7]. Відмітимо, що переважання рівня смертності над народжуваністю характерно практично для всіх регіонів України. Ми можемо констатувати, що наша держава посідає перше місце в Європі за смертністю від серцево-судинних захворювань. За даними ВООЗ, тільки в 2011-2012 роках від ССЗ померло 440 тисяч українців. Україна очолює рейтинг смертності серед європейських країн через «епідемію» інсультів, інфарктів та інших серцево-судинних захворювань. Переважна кількість померлих – це люди найбільш продуктивного, працездатного віку – від 30 до 59 років. За даними Європейського співтовариства кардіологів, українські чоловіки відносно молодого віку (30-44 роки) помирають у шість разів частіше, ніж їхні однолітки з країн ЄС. Це свідчить про занадто низьку культуру профілактики,

діагностики та лікування серцево-судинних захворювань, адже за даними європейського кардіологічного товариства, 80% інфарктів та інсультів можна запобігти [4, с. 65].

По-друге, система охорони здоров'я, яка до моменту радикальних соціально-економічних перетворень, пов'язаних з розпадом радянської моделі надання медичних послуг, забезпечувала певний якісний рівень суспільного здоров'я, позбулася свого підґрунтя – патерналістської основи, що покладала відповідальність за здоров'я на державні інституції. Відповідно, українці сьогодні поставали перед необхідністю змінити ставлення до здоров'я, взявши на себе особисту відповідальність. Але, в силу дії культурної інертності суспільної свідомості, населення виявилось нездатним адекватно реагувати на нові реалії зміною поведінки в сфері здоров'я. Наслідки українці вже відчули на собі, адже спалах епідемії кору в Україні в 2018 році не в останню чергу став відлунням недбалого ставлення громадян до профілактичних щеплень. За даними всеукраїнського опитування найбільша частка респондентів відмовлялася від обов'язкових щеплень своєї дитини в Івано-Франківській (39,1%), Тернопільській (38,5%), Львівській (37,5%) і Київській (36,5%) областях. В місті Дніпро ця цифра склала – 27,9% [4, с. 22-23].

По-третє, низький рівень санітарно-гігієнічної культури населення в поєднанні з відсутністю державної ідеології здоров'я обумовлює постійне зростання девіантних форм поведінки, пов'язаних зі здоров'ям – збільшується розповсюдженість наркоманії, алкоголізму, зростає кількість ВІЛ-інфікованих. Так за даними департаменту охорони здоров'я облдержадміністрації в 2017 р. в Дніпропетровській області вперше зареєстровано 3581 випадок ВІЛ, рівень захворюваності на ВІЛ-інфекцію склав – 111,0 на 100 тис. населення (в 2016 р. – 94,8; 2015 р. – 88,0). У порівнянні з минулим роком наявне зростання показника захворюваності і темп приросту склав +17,1%. У межах міста Дніпро захворюваність на ВІЛ становила

в 2016 – 76, 2 на 100 тис. населення в порівняння з 2017 роком – 81,1 на 100 тис. населення, тобто темп приросту склав +6,4% [5, с. 51].

По-четверте, зважаючи на нестачу державних коштів, на сьогодні бракує ґрунтовних соціологічних досліджень, спрямованих на виявлення особливостей відношення українців до стану свого здоров'я, здорового способу життя, та оцінки медичної реформи. Виняток становить лише загальнонаціональне репрезентативне соціологічне опитування «Індекс здоров'я. Україна», яке організовано та проведено Міжнародним фондом «Відродження» у травні-червні 2017 року [4].

Таким чином, враховуючи вищезазначене, не викликає сумніву безумовна актуальність подальших теоретичних і практичних розробок в царині соціології, спрямованих на всебічне вивчення особливостей відношення до здоров'я українців на рівні індивідуальної і суспільної свідомості, місця здоров'я в ціннісній шкалі особистості, визначення факторів та інституцій, що детермінують відношення до здоров'я.

Література:

1. Important statements of or about WHO policy in the European Region. – Режим доступу: <http://www.euro.who.int/ru/publications/policy-documents>.
2. Глазачев О.С. Современные подходы к анализу понятия «здоровье» в аспекте формирования экологической культуры. – Режим доступа: <http://www.ecogeo.info/publications/7>.
3. Розподіл постійного населення Дніпропетровської області за статтю та віком на 1 січня 2017 року // Статистичний збірник / за ред. Данилової І. В., відп. за вип. Лукашова С. В. – Д., 2017. – 69 с.
4. Індекс здоров'я. Україна – 2017 // Результати загальнонаціонального дослідження / Уклад.: Степурко Т. Г., Семигіна Т. В. – К., 2018. – 211 с.
5. ВІЛ-інфекція в Дніпропетровській області. 2017 рік // Інформаційний бюлетень / Уклад.: Чухалова І.В., Козіна І. Г. – Д., 2018. – 74 с.

Історична пам'ять у просторі сучасного міста
Ковальська-Павелко Ірина Миколаївна, доцент
кафедри української історії та етнополітики
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара, кандидат історичних наук, доцент.

Урбанізація проявляється, перш за все, у посиленні роль міст у розвитку суспільства, який супроводжується розростанням і подальшою еволюцією міських поселень, збільшенням у структурі населення питомої ваги містян, поширенням міського способу життя. Якщо на початку ХХ ст. Україна була аграрною, а в містах проживало лише 18% населення, то інтенсивна урбанізація у період індустріалізації (1926-1939 рр.) призвела до стрімкого (у 2,4 рази) зростання чисельності міського населення зроста. У післявоєнний період міське населення збільшилося майже в 2 рази. За даними Держстату України станом на 1 січня 2017 р. у містах проживало вже 69,23% від загальної чисельності населення [4].

У просторі сучасного міста важливу роль відіграє історична пам'ять, яка виступає тим елементом міської ідентичності. Історична пам'ять є духовним феноменом, що пов'язаний з формуванням, передачею та збереженням уявлень про події минулого та сьогодення. Цей феномен притаманний кожній спільноті (в т.ч. і міській громаді). Під час передачі історичної пам'яті від покоління до покоління, безумовно, втрачаються або змінюються деякі її елементи, що обумовлено як об'єктивними (особливості епохи), так і суб'єктивними (особливості світогляду окремої людини) чинниками, проте основна (базова) складова є незмінною. Знання про минуле значною мірою впливає на формування громадської думки та спосіб мислення окремих представників громади. Також історична пам'ять відіграє суттєву роль у консолідації міської громади.

Сучасне місто є вмістилищем досвідів різних поколінь, етнічних, національних та релігійних груп, які у різні

часи брали участь у його просторовому творенні, та репрезентувало колективну пам'ять про них у суспільстві. У той же час місто не тільки репрезентує колективну пам'ять, а й формує її через систему символів: пам'ятників, історичних споруд, меморіальних дощок, назв вулиць або просто окремих місць, яким довелося бути свідками визначних для суспільства або окремої його частини подій.

Ключовим аспектом тут є місця пам'яті, які визначаються як будь-яка значуща єдність матеріального чи ідеального порядку, яку воля людей чи робота часу перетворили на символічний елемент спадщини пам'яті деякої спільноти» [2, с. 441]. П'єр Нора стверджує, що місця (простори) пам'яті є не лише географічними пунктами, а і своєрідними точками зіткнення, в яких формується і комеморизується пам'ять суспільства. Тут комеморизація – це спосіб, за допомогою якого укріплюється і передається пам'ять про минуле. Головна функція цих «місць» полягає у збереженні групової пам'яті. Як місця пам'яті виступають люди, події, споруди, традиції, пісні або ландшафтні одиниці, оточені символічною аурую. Ці місця мають символічне значення, яке може змінюватись під впливом численних індивідуальних чи групових стратегій. П. Нора вважає, що створення й усвідомлення особистістю «місць пам'яті» є головним чинником формування групової ідентичності. Досліджуючи зміну цих місць, можна простежити зміну історичної самосвідомості й колективної ідентичності певної соціальної групи. Ці зміни можуть відбуватися як через забуття й витискування певного «місця» із пам'яті, так і шляхом реанімації забутого символу, події, ідеї або, коли з часом ці місця, залишаючись збереженими у людській свідомості, набувають зовсім іншого змістового навантаження [1, с. 38].

Зрозуміло, що процес формування історичної пам'яті у місті не завжди протікає спокійно і безболісно. Досить часто він стає конфліктом, у якому одна зі сторін намагається використати систему символічної репрезентації пам'яті

для легітимації панівної моделі історичного минулого. Елементи ж репрезентації пам'яті інших невідоміантних груп, які не вписуються у цю модель, фізично знищуються або видозмінюються таким чином, що втрачають свій попередній зміст і вже не можуть слугувати відтворенню пам'яті групи. Таким підходом особливо вирізняються суспільства, що знаходилися під впливом агресивних авторитарних ідеологій. Натомість демократичні, відкриті і терпимі до «інших» суспільства навряд чи стали б такими без забезпечення видимої присутності непанівної меншості у символічному просторі міста.

З розпадом СРСР у незалежній Українській державі постала необхідність переосмислення старої парадигми репрезентації і творення історичної пам'яті у міському просторі. На жаль, в Україні це питання вирішується досить безсистемно. Наразі, ні на державному, ні на міському рівні не існує уявлення про те, яким чином проводити політику пам'яті за нових умов. У кращому випадку міська влада експлуатує стару радянську символічну схему, додаючи до структури частково розмитого радянського метанаративу нових елементів національно-визвольної риторики. Все, що знаходиться за межами цієї панівної моделі, практично позбавлено власного просторового вираження у місті.

У цілому історичну пам'ять прийнято визначати як сукупність донаукових, наукових, квазінаукових і ненаукових знань та масових уявлень соціуму про спільне минуле. Як складний феномен суспільної свідомості вона містить певні образи, символи, міфи, ритуали, історіографічні уявлення. Тобто в основі історичної пам'яті лежить міфологічний тип свідомості, який залишається підґрунтям «середовищного» сприйняття людини. Емоційно задіяна у середовище людина повністю адаптувалась до цього середовища, відчуваючи себе його частиною. Отже історична міфопоетична модель світу зберігала пам'ять для прийдешніх поколінь. У

сприйнятті середовища людиною виділяють раціональні та ірраціональні компоненти (міфологеми, архетипи і стереотипи), а гармонійний простір є головною категорією сприйняття та оцінювання «якості» міського середовища його мешканцями та туристами [3, с. 77-83].

Головними категоріями сприйняття та оцінювання людиною міста є: фізіологічний комфорт, зумовлений фізичними параметрами середовища; безпека; можливість практичної і соціальної орієнтації; функціональна зручність; естетична досконалість навколишнього середовища, можливість самоідентифікації. Саме міська самоідентифікація та нова історична унікальність є важливим ресурсом міського виживання в умовах глобалізації, уніфікації та мегаурбанізації [5, с. 68].

У вирішенні проблеми збереження історичної пам'яті у середовищі міст вирішальну роль відіграє держава, що відображається у формуванні доктрини пам'яті, а також у вмінні спільнот пам'ятати та вшановувати, закарбовувати «імена усіх героїв, які віддали своє життя за батьківщину».

Актуальними і поки ще не вирішеними питаннями є такі: «Яким чином має вибудовуватися міська політика у сфері репрезентації національної і локальної пам'яті, щоб запобігти монополізації історії владними елітами?», «Як дискурси про минуле впливають на формування ідентичності сучасних міст Європи та України?», «Як поводитися з місцями пам'яті, які внаслідок міської міграції або соціальних трансформацій залишилися фізично відірваними від спільноти-носія цієї пам'яті?» (це стає особливо актуальним під час процесу декомунізації), «Яку роль відіграє забуття («історична амнезія») у процесі репрезентації минулого у міському просторі?», «Хто має право ініціювати таке забуття і як далеко воно має заходити?» та багато інших. Розв'язання цих аспектів є «дорожньою картою» при дослідженні проблем історичної пам'яті у просторі міста.

Література:

1. Нора П. Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – 2005. – № 2-3 (40-41). – С. 37-51.

2. Нора П. Память, история // 50/50: Опыт словаря нового мышления / под общ. ред. Ю. Афанасьева, М. Ферро. – М.: Прогресс, 1989. – С. 441.

3. Хасиева С. Архитектура городской среды: учебник для вузов. – М.: Стройиздат, 2001. – 200 с.

4. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2017 року / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2017/zb_chnn_0117.pdf.

5. Юрик Я.М. Пам'ять у міському середовищі // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер.: Архітектура. – 2015. – № 836. – С. 64-71.

Методологічна оптика візуальних досліджень міста

Комих Наталія Григорівна, доцент

кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
соціологічних наук, доцент.

Сучасна людина 80% інформації споживає візуально. Візуалізація міського простору є соціальним явищем, що характеризує сучасне суспільство. Візуальні дослідження мають довгу історію у західних соціальних науках, вони інституалізовані в рамках наукових центрів, періодичних видань, академічних курсів, професійних спеціалізацій. В умовах українського суспільства, потреба та авторитет таких робіт в академічному середовищі зростає у зв'язку із збільшенням соціального запиту. Цей запит пов'язаний із зростанням об'єму візуальної інформації в повсякденному житті містян та необхідністю модернізації, осучаснення міст.

У рамках соціоекологічного підходу місто розглядається як штучне середовище організації життєдіяльності сучасного індивіда. Штучне середовище – це сторони матеріального світу, створені людиною для задоволення

соціальних потреб. З розвитком економіки країни, матеріального виробництва – індивід, перетворює середовище, що його оточує та створює штучне довкілля для існування. Штучне середовище є результатом складних процесів історичного, соціально-економічного, соціокультурного характеру. Штучне довкілля складається як з неживих предметів, які створені людиною і не існують в природі, так і з живих організмів: тварин, рослин, а також організмів створених людиною завдяки генній інженерії та штучному відбору.

Соціоекологів цікавлять перш за все соціокультурні механізми організації штучного середовища суспільства, його «вписування» реінтеграція в природне середовище та організацію соціального простору. Місто, в такому контексті, розуміємо з позицій конструктивістської парадигми. Сучасне місто – це простір проживання індивіда, його організація залежить від об'єктивних та суб'єктивних особливостей суспільного розвитку та форм соціальної комунікації в широкому розумінні. Очевидно, що візуальність міста є, на сьогодні значимим його компонентом. Навколишнє середовище містянина насичене візуальними зображеннями різноманітного ґатунку, якості та значення: архітектура, скульптури, пам'ятники, реклама, як комерційна так соціальна, культурних заходів, природний ландшафт, графіті. Місто – є епіцентром сучасності, де відбувається наповнення життєвих історій містян; зосереджено різноманітні форми соціальної комунікації, де взаємодіють публічні та приватні простори і все це підкоряється часу, який формує єдиний стрімкий ритм повсякденних режимів – транспортного, інформаційного, політичного, індустріального, культурного.

Класична урбаністика здебільшого покладалась на кількісні дослідження та опитувальну методологію, відслідковуючи демографічні, класові та економічні

трансформації міського середовища. Сучасні урбаністичні студії відбуваються із залученням парадигми візуальної антропології міста, що вивчає соціальні змісти практик містян, соціальні організації міських спільнот та крупних владних структур; форми міського способу життя, види соціальних зв'язків в культурних та історичних контекстах; соціальні проблеми пов'язані із злочинністю, бідністю.

Слід зазначити, що наведені проблематики ще за часів Чикагської школи були предметом уваги соціологічних розвідок із використанням візуальних аспектів. Дуже часто результати досліджень були підкріплені візуальними зображеннями. Дослідники застосовували етнографічне спостереження, а для теоретичної інтерпретації даних використовували категорії соціального простору, дистанцій, кордонів, зон, ареалів (Р. Парк, Е. Берджес).

Сучасні візуальні дослідження міста, зрозуміло, не можуть бути зосереджені тільки на методології інтерпретації картинки зафіксованої дослідником. Візуальна соціологія відкриває новітні горизонти візуального аналізу на основі міждисциплінарного підходу та використанням теоретико-методологічного базису соціологічної науки. «Побачити місто», прочитати значення репрезентацій візуального – основне завдання соціологів, вважав

П. Штомпка. Візуальні дослідження стосуються фіксації форм візуальної культури її проявів, візуального образу міста, інтерпретації форм репрезентації значень візуального зображення, а і фігури автора, що соціокультурно обумовлено.

Отже, візуальне різноманіття міста можна досліджувати спираючись на основні дослідницькі парадигми, що запропоновані П. Штомпкою [1]. Вчений виокремлює першу і другу соціології, що має аналітичне значення. Перша соціологія пов'язана з позитивістською традицією в соціологічних дослідженнях, а друга, яка є теоретичною

основою для візуальної соціології, бере початок від розуміючої соціології М. Вебера і далі, соціальна феноменологія, структуралістський конструктивізм, етнометодологія. Саме в рамках цих методологічних підходів другої соціології можливі варіанти представлення візуальності міста. На основі парадигм запропонованих

П. Штомпкою, нами була розроблена та запропонована інтерпретація видів аналізу візуальних проявів міського середовища (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Види аналізу візуальних проявів міського середовища

Вид аналізу	Основна ідея	Аналітична матриця
<p>Герменевтичний (герменевтика – напрям наукової діяльності, пов'язаний з дослідженням, поясненням, тлумаченням текстів)</p>	<p>розуміння тексту є невіддільним від його Автора (журналіст, художник): хто створив, мета, умови, для кого створив? Контекст – створення образу повинно бути проаналізовано рефлексивно, щоб показати як візуальний зміст залежить від суб'єктивних установок та намірів особистості (фоторефлексія)</p>	<p>Герменевтика образу – до автора: - Мотивація автора; - Ідентифікація фото (вид – в газеті, сімейна, публічна, приватна, репортажна); - 3 видом пов'язані емоції, наміри; - Емпатія (уявлення в ролі автора знімку); - Підпис знімка – вербальна характеристика</p>
<p>Семіотичний Семіотика – це наука про функціонування знаків в суспільстві (Ф. де Сосюр)</p>	<p>Візуальний образ – це знак, за яким приховані культурні значення. Р. Барт – денотація (все що образ наглядно представляє. Що це є?) і конотація (складні відчуття, асоціації – знак – море – відпочинок, поцілунок –кохання).</p>	<p>Буквально – чоловік, жінка / конотація – маскулітний (впевненість), фемінний (наївність) Знак – Код (кольор, композиція, глибина, стиль звернення)</p>

	<p>Код конотації культурно обумовлений. Studium – відсторонений аналіз; Punktum – що привертає увагу, чуттєвий компонент Знаки об'єднує код (праця, дозвілля, релігійний, академічний). Розпізнання коду – завдання семіотичного аналізу</p>	
<p>Структурний Структура – це мережа відносин між елементами суспільної системи.</p>	<p>В візуальних зображеннях представлені образи суспільства – структури. П. Штомпка – 4 види елементів – INIS – I – інтеракція; N – нормативна структура; I – ідеальна структура – ідеї суспільства; S – структура можливостей</p>	<p>Людська реальність - розмова, соціальні дії; Суспільні правила-цінності, норми, спосіб, стиль життя; Ідея - переконання, погляди, доктрини, міфи, ідеологія; Критерії бачення образів: Техніка створення - фото, цифра, сцена, вистава, картина; Локалізація - місце презентації - музей, галерея, кінотеатр; Функція - естетична, інформаційна. Див. табл.: «Матриця Візуальних даних (П. Штомпка)»</p>
<p>Дискурсивний Аналіз, який приділяє увагу споживача візуального зображення. У. Еко «Для того, хто отримує фото залишається частка свободи-прочитати її по-іншому»</p>	<p>Дискурсивна інтерпретація прагне виявити, кому адресоване фото, яким чином він приймає участь у формуванні значень знімку, «практик розглядування»</p>	<p>- Ідентифікація отримувача візуального образу (інтенціональні та реальні отримувачі образу); - Визначення режимів отримання візуального образу-характеристика інституцій в рамках яких образ створено, розміщено (експозиція),</p>

		передано; - П р а к т и к и с п о г л я д а н н я , р о з г л я д а н н я в і з у а л ь н о г о з о б р а ж е н н я (газетне ф о т о – ш в и д к о, т у р и с т и ч н е ф о т о – д о в ш е, с п о г а д и, г о р д і с ь т ь, з н а н н я, п р и г о д и).
--	--	---

Література:

1. Sztompka Piotr Socjologia wizualna: fotografia jako metodo badawcza. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012. – 160 p.

Психологічне навчання без вікових меж

Лазаренко Вікторія Іванівна, доцент
кафедри соціальної психології і психології управління
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара, кандидат соціологічних наук, доцент.

Потапова Наталія Василівна, провідний психолог
Психологічної служби Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара.

За демографічними даними Україна вважається демографічно старою країною. Збільшення тривалості життя людей і числа громадян похилого віку сприяло підвищенню у останній час інтересу до геронтологічних проблем у науці і соціальній практиці.

Психологами доведено, що вихід на пенсію є одним з найбільш кризових етапів у житті людини. Це спричиняє суттєві зміни в умовах і способі життя, вимагає від людини переосмислення життєвих цінностей, ставлення до себе і оточуючого середовища, пошуку нових шляхів реалізації життєвої активності. Тому однією з актуальних проблем сучасних наукових досліджень у галузі геронтології, андрагогіки і соціального навчання дорослих – езбереження активного життя людей похилого віку шляхом їх освіти та

навчання. Створення системи освіти для навчання людей старшого віку відповідно до їх потреб є важливою умовою забезпечення їх права на навчання впродовж всього життя та становлення України як правової і соціальної держави.

При підтримці Фонду народонаселення ООН у 2009 році в Україні, за активної підтримки Міністерства соціальної політики, був розроблений проект Концепції розвитку Університетів третього віку, проект Положення про Університет третього віку. Цим було закладено ідею нової культури старіння та зміни стереотипу про те, що люди похилого віку потребують лише допомоги і утримуються працюючими членами суспільства. А Університети третього віку розглядаються як можлива платформа для активної самореалізації та соціальної активності людей літнього віку.

Внесок у розвиток соціальної геронтології зробив вітчизняний психолог Б. Ананьєв, обґрунтувавши необхідність комплексного підходу до процесу старіння. Сучасні геронтологи досліджують вікові аспекти процесів старіння – Г. Абрамова, В. Альперович, А. Лідерс, А. Козлов, Р. Яцемирська. Серед зарубіжних – А. Адлер, Е. Берн, К. Хорні, Е. Фромм, Т. Шибутані та ін.

Початок теоретичного осмислення сутності та ролі освіти людей похилого віку був покладений в середині 70-х років ХХ століття. Перший університет для людей похилого віку був заснований у 1973 році в Тулузі у Франції професором соціології міжнародного права П'єром Велласом. На його думку, університети третього віку – є саме університетами, оскільки їх завдання – освіта, наука і дослідження. Вони також є геронтологічними установами, оскільки дослідження стосуються процесу старіння й старості. Їх метою є поліпшення умов життя людей літнього віку.

Наразі, організація та функціонування Університетів третього віку в Україні є ще мало дослідженою проблемою. Так, діяльність Університетів третього віку

вивчали В. Чайківська, Л. Стаднюк, Ю. Павлова, І. Швець, Т. Федоренко, І. Савельчук, Н. Ліфарева і ін. Наявні роботи мають переважно педагогічне та соціальне спрямування, в основному носять описовий публіцистичний характер.

На VI Міжнародній конференції з освіти дорослих, яка відбулася під егідою ЮНЕСКО в Бразилії (Белен) у 2009 році, наголошувалось на різних аспектах освіти дорослих, частиною якої є освіта людей похилого віку. Сьогодні концепція навчання впродовж всього життя прийнята і здійснюється в більшості розвинутих країнах світу. В багатьох європейських країнах близько 80% дорослого населення бере участь у навчальних програмах різного типу.

На сьогодні у багатьох країнах світу (США, Японії, Франції, Польщі і ін.) відкриті спеціальні курси, навчальні центри, народні університети та факультети для літніх людей. Складання навчальних програм та підбір предметів відбувається на основі психологічних та соціологічних досліджень, з урахуванням їх життєвого досвіду і різнобічних інтересів. Особливістю навчання є залучення багатого життєвого досвіду людей похилого віку у навчальний процес, їх висока мотивація, оскільки навчання відбувається без обов'язкових програм. Університети третього віку – це освітні установи або навчальні центри для літніх людей. Вік студентів складає від 40 до 80 років, що вказує на особливий характер цих установ. А також вони є видом навчального співтовариства, де організуються люди, які хочуть брати активну участь у суспільному житті.

Особливістю освіти дорослих є те, що вона не переслідує мету отримання професії і подальшого працевлаштування. Даний вид соціального навчання відноситься до так званої неформальної освіти, метою якої є персональний розвиток, соціальна адаптація, збереження активної позиції людей похилого віку, зниження ризику соціальної дезадаптації, знаходження свого місця у нових умовах.

Отримання нових знань дозволяє студентам пенсійного віку реалізувати свої здібності, залишатися самостійними і буди менш схильними до кризових станів у кризовий період.

В Україні вперше такі університети були започатковані Інститутом геронтології, а в останні роки розвиток мережі університетів третього віку отримав поштовх за підтримки проєктів Фонду народонаселення ООН. Наказом Міністерства соціальної політики України від 25 серпня 2011 року була впроваджена соціально-педагогічна послуга «Університет третього віку» [5]. На виконання даного Наказу у більшості областей України на базі територіальних центрів соціального обслуговування (надання соціальних послуг) створені і функціонують Університети третього віку (м. Київ, Вінниця, Львів, Дніпро, Черкаси, Миколаїв і ін.). У жовтні 2017 року у Вінниці відбувся перший в Україні Міжнародний форум «Навчання людей поважного віку: досвід та перспективи». Організаторами форуму стали ГО «Поділля-Соціум», Вінницька міська рада, Представництво DVV International в Україні, Національна Академія Педагогічних наук України, Європейська Асоціація освіти дорослих, Українська Асоціація освіти дорослих. Учасниками форуму стали представники різних цільових аудиторій, які в тій чи іншій мірі впливають на розвиток освіти для літніх людей.

Місто Дніпро був одним з перших в Україні, де, за ініціативи міської влади та керівництва одного з вищих навчальних закладів, розпочалася реалізація великого соціального проєкту «Університет третього віку», орієнтованого на літніх людей. У 2009 році в Дніпрі на базі Університету імені Альфреда Нобеля був створений такий Університет. Це дало можливість дніпрянам поважного віку долучитися до європейської практики отримання освіти. Певний час Університет працював локально.

Наразі, за підтримки міського голови Філатова Б. А. цей

масштабний соціальний освітній проект набирає обертів, оскільки до нього приєдналися інші навчальні заклади міста. У підкоренні нових знань слухачам золотого віку допомагають викладачі та фахівці 7 міських вишів: Дніпропетровський університет ім. Альфреда Нобеля, Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет, Дніпропетровська державна медична академія, Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, комп'ютерна академія «ШАГ» та Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, а також центральні міська бібліотека та Будинок учителя. У рамках навчання в Університеті слухачі безкоштовно відвідують концерти в консерваторії імені Глінки.

У 2017 році слухачами Університету третього віку стали понад 3 тисяч дніпрян у віці від 55 років і старші. Студенти Університету доводять: вчитися ніколи не пізно. Цього сезону шестеро слухачів вишу відсвяткували 90-річчя, а двом найстаршим студентам нині по 94 роки.

Навчання в «Університетах третього віку» здійснюється як викладачами, так і волонтерами. Принцип «рівний-рівному» є одним із основоположних в організації надання послуги і передбачає якомога ширше залучення до викладання та проведення занять людей похилого віку, які мають відповідний досвід та освіту, обізнані з темами, які передбачені програмою. Навчання ж людей похилого віку передбачає: врахування життєвого досвіду та наявних знань, навичок слухачів; інтерактивні форми взаємодії між учасниками навчального процесу [5].

У цьому соціальному проекті студенти навчаються за декількома напрямками – психологія, правознавство, комп'ютерні технології, іноземні мови (англійська, німецька, польська), здоровий спосіб життя, мистецтво (хоровий спів та рукоділля). Традиційно найбільш затребуваними факультетами залишаються комп'ютерні технології, психологія та здоровий спосіб життя.

Популярності набувають і новостворені відділення українознавства та агрономії.

Психологічна служба Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара також бере участь у реалізації даного проекту. Психологічні знання, як виявилось у процесі спільної роботи з територіальними центрами соціального обслуговування міста, виявилися вельми затребуваними і користуються великим попитом. Для обрання тематики занять ми попередньо провели пілотажне дослідження з визначення стилів ділового спілкування людей. Отримані результати показали, що в цілому люди у діловому спілкуванні орієнтовані на певні дії, обговорення та досягнення результатів. Також має місце орієнтація на взаємовідносини, співробітництво, партнера. Але серед стилів спілкування дещо переважає авторитарний стиль, що не сприяє домовленостям і партнерству у відносинах. Ці результати дослідження, власне, і підказали тематику занять з психології, яку ми запропонували слухачам Університету: 1) Ефективне спілкування у повсякденному житті; 2) Емоційний інтелект у міжособистісному спілкуванні; 3) Конфлікти у повсякденному житті та засоби їх вирішення; 4) Стресменеджмент (управління стресом); 5) Сучасні техніки саморегуляції психічних станів.

Наш досвід викладання психології показав, що психологічні знання користуються значним попитом. Про це свідчать схвальні відгуки як самих слухачів поважного віку, так і керівників територіальних центрів соціального обслуговування: «Здавалося б, абсурдно і безглуздо вчити дорослих людей того, як правильно спілкуватися. Проте тема спілкування виявилася дуже корисною і потрібною. Звичайну лекцію про вербальні і невербальні техніки спілкування психолог перетворила на справжній театр, який нікого не залишив байдужим. Поважні студенти все ретельно конспектували, активно демонстрували навички

та навчалися новим, більш ефективним. А після заняття виходили з посмішкою і красивою поставою» (Юлія Александрова, співробітник Територіального центру соціального обслуговування населення Шевченківського району м. Дніпро).

Отже, організація освітніх програм для людей похилого віку, піднімає рівень їх соціального благополуччя, відіграє важливу роль у профілактиці негативних наслідків кризового періоду, підвищує їх адаптивні можливості. Специфіка такої освіти полягає у тому, що люди поєднують свій особистий життєвий досвід з навчальною діяльністю. Тому на цей вид освіти не можна перекладати постулати педагогічної теорії, форми і методи навчання підростаючого покоління. У зв'язку з цим, існує нагальна потреба створення системи підготовки андрагогів, і геррагогів – фахівців з освіти дорослих і людей похилого віку. Це потребує сучасних знань про людей похилого віку, володіння сучасними методиками і технологіями. Без цього неможливо досягти ефективності та якості освітнього процесу, який може забезпечити оптимальні умови для успішного старіння.

Література:

1. Агапова О. В., Кононыгина Т. М. Образование пожилых. Руководство практической работы. – Орел: Издательство НП Редакция газеты «Орловская правда», 2001. – 32 с.
2. Кабаченко Н.В., Смик І.О. Деякі проблеми діяльності університетів третього віку в Україні // Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота. – 2016. – Т. 188. – С. 65-69.
3. Кононыгина Т. М. Геррагогика: пособие для тех, ко занимается образованием пожилых людей. – Орел: Агенство печати «Красная строка», 2006. – 166 с.
4. Павлова Ю. Принцип «навчання упродовж життя» як необхідна умова збереження та зміцнення здоров'я осіб літнього віку (на прикладі університетів третього віку) // Молода спортивна наука України. – 2013. – Т. 4. – С. 117-123.
5. Про впровадження соціально-педагогічної послуги: «Університети третього віку»: Наказ Міністерства соціальної

політики № 326 від 25 серпня 2011 р. – Режим доступу: <http://document.ua/pro-vprovadzhennja-socialno-pedagogichnoyi-poslugi-universit-doc72450.html>.

6. Савельчук І. Б. Інноваційні методи соціальної роботи з людьми похилого віку: специфіка і особливості впровадження // *Young Scientist*. – 2015. – № 2 (17). – С. 95-98.

Місто як фронтір: репліки масової культури
Легеца Сергій Валерійович, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
історичних наук, доцент.

Місто у просторі культурного виробництва може бути представлене як складна система по актуалізації ідей. По суті, місто виступає як цілком самодостатній знак – і одночасно цілком робоча знакова система, за допомогою якої можна виробляти додаткові сенси. Чи то: можна робити місто окремими елементом, в(и)писувати його об'єктом більш складної системи (по суті – «говорити про місто») – а можна створювати додаткові повідомлення, створені з елементів міста як системного утворення (чи то – «говорити містом»).

Одночасно місто – один із найбільш стійких символів людської цивілізації, причому для традиційного суспільства воно є знаком «людського» по-дефолту, оскільки саме воно, по-перше, найбільш віддалене від «природи» (як зони протилежній «цивілізації», а відтак – і «сакрального»), а по-друге – уособлює в собі ідею «центра» (з усіма культурними конотаціями, із цим поняттям пов'язаними).

У свою чергу, для функціонування сучасної масової культури важливим виявився феномен фронтіру. Для гуманітаристики з кінця ХІХ ст. по сьогоднішня можна говорити про широкий спектр його інтерпретацій. Воно актуалізоване від лінії «зіткнення варварства та

цивілізації», яка сприяла створенню базових постулатів євроатлантичної цивілізації (Ф. Тернер) до більш розширеної інтерпретації фронтира як зони інтенсивної взаємодії різних культур – із активним культурним обміном та культурним конфліктом (Д. Вебер). Загальна конфліктність існування «фронтирів» є зручною для використання їх в масовій культурі (у тому числі, маючи на увазі схильність масової культури до типізації та активного використання вже активних кліше – нехай і з їх послідовним переосмисленням).

З нашої точки зору, в цілій низці жанрів сучасної масової культури місто стає вдалим прикладом виникнення «нового фронтиру» (і при тому – досить парадоксальним, маючи на увазі особливості традиційного сприйняття міста).

У загальних рисах, момент перекодування міського простору як потенційного фронтиру тісно пов'язаний із переходом від традиційної до модерної форми сприйняття просторових координат як ціннісно означених. Для традиційного світосприйняття максимально амбівалентним локусом були «природні» точки, із якими має контакт людство (оскільки саме вони позиціонувалися поміж «користю» (у тому числі господарською) та «загрозою» (у тому числі метафізичною)). При інверсії просторових моделей, починаючи з Нового часу, подібна амбівалентність все частіше закріплюється за суто – і глибинно – людським простором (інваріантом якого і стає місто).

Мабуть, найбільшяскравоцейпереворотнасьогоднішній день представлений у випадку т.зв. «літератури жахів», де надприродне стає інтегрованим елементом міського (у більшості випадків) повсякдення. Рутинізоване життя «маленької людини Заходу» раз у раз стає тут жертвою метафізичного жаху. Досить часто цей жах має відношення до початків поселення, його «центрального центру», того,

на чому воно виникає – надприродне стає первинною – і первисною – долею міста та його фундаментом. Яскравим прикладом є, скажімо, роман С. Кінга «Воно» (як і кілька варіантів його екранізацій), де «передвічний жах», із яким стикаються герої, одночасно формує як місто, так і їх самих.

Із розвитком індустріальної цивілізації, із перетворенням міста в промислові центри (з центрів захисних чи навіть адміністративних), можна фіксувати виникнення в масовій культурі послідовної опозиції поміж «людським» (здебільшого максимально персоналізованим, психологічно комфортним) та «міським» (зовнішнім по відношенню до людини, холодним та нелюдським – або й понадлюдським). Місто стає не просто локусом монструозного – воно саме перетворюється в «монстра» (в переносному чи й прямому сенсі).

Ситуацію для масової культури ускладнює актуальна для неї міфологема «міст-з-історією», яка дозволяє суб'єктивувати місто як окрему просторову одиницю. Наприклад, таким стає Лондон у низці текстів англійських авторів («Нон-Лондон» Ч. М'євіля чи «Небудьде» Н. Геймана), таким є Петербург / Ленінград у текстах російських авторів («Сад і канал» А. Столярова) або ж Ворошиловград з однойменного роману С. Жадана (як втілення прожитого і пережитого, але не-мертвого ще радянського локусу).

Масова культура охоче користується і з символу «кінцевого Міста» – того, яке є фінальним втіленням «урбаністичності» як такої. Таким є образ вічного Міста Міст, втілення всіх минулих та прийдешніх цивілізацій нашого всесвіту з повісті Я. Дукая «Дочка грабіжника». Безкінечне – із безкінечними знаннями, які з нього можуть черпатися людством – воно стає надгробком самому людству, бо відмінює найбільш людське, ось нашої культури – потяг до невідомого. Коли головним стає

«знайти», а не «відкрити», культура повертається в бік минулого, породжуючи архаїзацію соціальних практик.

Близькими до цієї песимістичної моделі стають і інваріанти «апокаліптичної» літератури. В цьому відгалуженні масової культури (у всіх варіаціях її, від літератури до гри чи кінематографу) місто стає локусом принципово анти-людським, таким, що робить неможливим буття в них людини. Наприклад, всі різновиди т.зв. «зомбі-апокаліпсису» зображують міста як принципово закриті для людини зони (оскільки мегаполіси – при великій скупченості населення – стають ідеальною зоною епідемологічної катастрофи).

Не слід забувати, що «фронтир» має на увазі активні контакти різних культур чи цивілізацій в одному просторовому локусі. У випадку контакту, який йде на «нашій» території (у випадку експансії «чужого» в наш простір – при стандартній ситуації Контакт, характерного для масової культури), «чуже» фіксується майже виключно як те, що змінює / спотворює нормність і нормальність – і в тому числі й міський простір. Розповсюдженою моделлю тут стає зображення міста як бі-локусної території: місто начебто має два обличчя, частіше за все представлені як «денне» та «нічне» (як «профанне» та «сакральне/магічне» відповідно).

Найбільш послідовними тут є зразки т.зв. «міської фентезі» – де перед користувачем представлений синтез магічного та повсякденного як базовий сюжетний простір. По суті, в цьому випадку ми маємо справу із синтезом класичних міфоцентричних сюжетів із індустріальною и постіндустріальною цивілізацією. Такими є, наприклад, твори Н. Геймана (вже згадуваний роман «Небудьде» чи «Американські боги») або ж С. Лук'яненко (його цикл «Нічний дозор»).

Місто також стає і простором не просто експансії «іншого», а, так би мовити, дзеркальною територією, де

єдиний міський простір розпадається на «свій» та «чужий» не просто по темпоральним лініям – місто роз'єднане як територія (або ж – скоріше «поєднане», оскільки мова йде про буквальний кордон, що проходить по міській території).

У цьому випадку масова культура дає чимало образів «дзеркальних міст», кожна з частин яких є втіленням окремого світу/культури/цивілізації. Послідовність таких сюжетів – лише збільшується в останні роки: від роману «Місто та місто» Ч. Мьєвіля до нещодавнього буквального втілення цієї ідеї в серіалі «Counterpart» – «Інший бік» (2018, реж. М. Тілдум).

Саме інваріант цієї тенденції, до речі, ще нещодавно був домінуючим для українських авторів, що пишуть у жанрі «альтернативної історії» – коли аналізуються варіанти не реальної, а імовірнісної послідовності історичних подій. Для цього напрямку масової культури максимально важливою була образність «розірваного міста» (а, по суті, «міста-фронтира», де той фронтір проходить по самому місту). Яскравими прикладами, скажімо, є «Рівно / Ровно» О. Ірванця (де Рівно існує як свого роду Західний Берлін, зберігаючи національне / українське в умовах пізньорадянської цивілізації) чи «Східний вал. 1985» письменника-дніпровця М. Січеславця (де цивілізаційний розлом Україн – радянської та незалежної – проходить по Дніпру – річці і місту: «Дніпропетровську» та «Січеславу» в одному флаконі).

Нарешті, цікавим для масової культури стає варіант, де місто є втіленням навіть не культурного, а національного коду – але той його випадок, коли цей феномен досліджується не зсередини, носіями, але ззовні, стороннім спостерігачем, не інтегрованим у актуалізацію та реновацію його коду. Таким є роман «Автохтони» М. Галіної (у випадку якої важливими та характерними стають і персональні траєкторії авторки – одеситки (за

самовизначенням), що живе поміж Москвою та Києвом). Таким є роман «Порох з кісток дракона» В. Аренева, де подібна проблематика вирішується не для «дорослої», а для підліткової аудиторії.

Таким чином, місто стає парадоксальним – але багатим на інваріанти – втіленням фронтіру для сучасної масової культури; і в цьому випадку воно стає цікавим елементом для самоаналізу сучасного стану культури.

Кризове управління містом в умовах децентралізації

Ставченко Сергій Вікторович, доцент
кафедри політології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
філософських наук, доцент.

Міське самоврядування є формою публічної влади, яка реалізується громадами і сформованими ними органами для вирішення питань локального значення на основі комунальної (муніципальної) власності. В умовах унітарної держави міцність міського самоврядування великою мірою залежить від ступеня децентралізації влади. Для демократичних держав політична централізація є небезпечною, оскільки за таких умов діяльність усіх органів влади у суспільстві залежить виключно від волі держави, а всі владні інституції в державі підпорядковані їй. Для відправлення влади демократична держава прагне залучити громадськість до здійснення публічних функцій з метою оптимального задоволення всебічних потреб сучасної людини. Саме за демократичною системою управління місцеві проблеми краще й ефективніше вирішуються не з центру за допомогою державних чиновників, які працюють на місцях, а передусім шляхом підтримки та активізації діяльності територіальних громад. Цінність міського самоврядування полягає в тому, що, будучи рівнем публічної влади, найбільш наближеним

до людини, до її повсякденних проблем, воно може якнайкраще забезпечити населення широким спектром публічних послуг: соціальних, побутових, торговельних, культурних, освітніх та ін. Саме тому децентралізація влади на сьогодні є актуальною проблемою, яка потребує свого вирішення шляхом дослідження, аналізу та використання (з урахуванням національних традицій організації влади на місцях) досвіду країн з розвинутою системою місцевого самоврядування. Міське самоврядування є способом не лише децентралізації управління, а й організації та здійснення влади на місцях – воно забезпечує самостійне вирішення громадянами питань місцевого життя.

На думку В. І. Шарого, кризове управління на практиці означає надання конфліктному процесу форми, що забезпечує мінімізацію невідворотних політичних, соціальних, економічних втрат. У технологічному плані кризове управління являє собою комплекс заходів, що послідовно здійснюються з метою запобігання кризі, її профілактики, подолання, зниження негативних наслідків. Вона ґрунтується на прогнозуванні кризових явищ як формі гіпотетичного відображення майбутнього, що розкриває сукупність впливу тих факторів, які в даний час впливають на розвиток об'єкта владного регулювання; та діагностуванні потенційних криз. Вирішальне значення для застосування конкретних технологій має цільова орієнтація органів влади [2, с. 14].

Конфліктність і відповідно потенціальна кризовість функціонування системи влади в Україні закладено на конституційному рівні, оскільки в основу структурування та функціонування апарату державної влади в Україні покладено єдність принципів централізації та децентралізації. Принцип централізації передбачає посилення центральної державної влади, формування ієрархічної піраміди влади і підпорядкування, в якій органи нижчого рівня влади й управління отримують

легітимність і юридичну силу від органів вищого рівня. При цьому в основу правового регулювання покладено імперативний метод і метод дозвільного регулювання. Принцип децентралізації передбачає забезпечення територіально-політичної єдності держави за допомогою законодавчого розмежування предметів повноважень між центральними органами державної влади та органами державної влади регіонального рівня (або органами місцевого самоврядування) [3].

Реформа децентралізації влади проголошує головною метою посилення ролі місцевого (зокрема, міського) самоврядування, наділення представницьких органів територіальних громад більшим обсягом повноважень щодо управління місцевими справами. Проведення реформи децентралізації влади в Україні супроводжується передачею значних повноважень і фінансових ресурсів від органів державної влади до органів місцевого (в т.ч. на рівні міст) самоврядування. Гарантія територіальної цілісності України є базовою передумовою децентралізації державної влади на користь збільшення прав регіонів (міст) в особі територіальних громад. Проголошуючи курс на децентралізацію влади як ключової реформи в Україні, Володимир Гройсман підкреслював, що «держава, віддаючи повноваження місцевим органам управління, не втрачає свого центрального значення, а навпаки отримує можливості вибудовування більш стрункого й ефективного організму соціального управління» [1, с. 29].

На рівні міста управління кризами або кризове управління – це врегулювання, розв'язання чи навіть придушення конфлікту і кризи в інтересах суспільства (територіальної громади), в результаті чого мінімізуються неминучі політичні, соціальні, економічні, моральні й інші втрати, тобто відбувається оптимізація різних сфер суспільного життя. Кризове управління – це ініціювання одного конфлікту в цілях зниження потужності іншого

конфлікту. Кризове управління може змінити в позитивний бік характер суспільних зв'язків. Наприклад, якщо певна спільнота роздирається внутрішніми конфліктами, можна ініціювати його конфлікт з іншим спільнотою. У результаті відносини між членами співтовариства (елементами системи) оптимізуються, вони «забувають» внутрішні розбіжності і концентруються на зовнішніх проблемах. Технологію кризового управління можна застосовувати і в протилежному випадку: для оптимізації відносин на зовнішньому рівні можна запустити механізм внутрішнього конфлікту. Важливо, що при всій ясності техніки кризового управління найскладнішим залишається питання постановки цілей обов'язково в їх позитивній спрямованості. В протилежному випадку кризове управління стає технологією прихованого маніпулювання суспільством у вузьких цілях еліт або навіть окремих персоналій, які володіють таким ефективним ресурсом.

Процеси кризового управління містом мають здійснюватись на засадах цілеспрямованості, актуальності прийнятих рішень. Головною метою кризового управління містом є погодженість та координування дій усіх підрозділів міської влади, забезпеченні можливостей для їхньої ефективної роботи. У цілому процес кризового управління розгортається за декількома фазами. Перша фаза передбачає підбір робочої групи, розробку плану-графіка, формування інформаційної бази, необхідної для розробки кризової програми. Друга фаза означає діагностику і прогнозування кризових явищ, оцінку параметрів кризи: створення зворотного зв'язку для вивчення розвитку кризи. Третя фаза включає опрацювання версій і гіпотез щодо шляхів подолання кризового стану. Четверта фаза означає уточнення кризової моделі управління. В рамках п'ятої фази відбувається моніторинг зовнішніх і внутрішніх чинників.

Тобто правомірно говорити про управління

параметрами системи в критичному стані з уточненням, що напрямки та результати управлінських впливів можуть бути непередбачуваними. Проблематичним є і можливість визначення залежності інтенсивності результатів впливу на системні параметри від інтенсивності управлінського впливу, які можуть мати зворотній ефект. Саме поняття «кризове управління» можна розуміти як попередження катастрофічних ситуацій «довільної генези», сприяння виходу системи з кризового стану в оптимальному векторі або стимулювання відновлювального процесу з використанням енергії кризи в соціально-конструктивних цілях.

Література:

1. Гройсман В. Процеси централізації та децентралізації в сучасному державному управлінні // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2015. – Вип. 2. – С. 26-37.

2. Шарий В.І. Антикризові технології як механізм реалізації цілей державного управління: автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. за спец. 25.00.02. – К., 2006. – 18 с.

3. Шатіло В.А. Централізація і децентралізація в механізмі державної влади: до постановки проблеми // Адміністративне право і процес: науково-практичний журнал. – 2015. – № 1 (11). – Режим доступу: <http://applaw.knu.ua/index.php/arkhiv-nomeriv/1-11-2015/item/408-tsentralizatsiya-i-detsentralizatsiya-v-mekhanizmi-derzhavnoyi-vlady-do-postanovky-problemy-shatilo-v-a>.

Приватизационные тренды в пространстве города

Ходус Олена Володимирівна, доцент

кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат соціологічних
наук, доцент.

Слід визнати, що на тлі наростаючого процесу індивідуалізації відмінною рисою сучасних соціальних реалій стає дедалі більш виражений пріоритет приватної «лінії буття». Саме приватна сфера – місце, де «я існую для себе» – виявляється дійсно значущим для людини

простором життя і прагматичної активності.

Сьогодні «приватне» свідомо культивується як самими індивідами, так і «зацікавленими Іншими» – соціальною політикою держави, ринком, ідеологією консюмеризму, популярною медіа культурою, й в тому числі архітектурною семіотикою міста. Остання слугує своєрідним «символічним оточенням» (І. Гофман, У. Еко, Ж. Бодріяр, Ф. Гваттірі) людської поведінки, виступає символічною мовою, яка транслює певну систему смислів. За твердженням І. Гофмана архітектурні споруди можна розглядати як «колективні об'єкти» (колективні репрезентації), котрі відображають «уявлення, що поділяються окремими членами спільноти і виступають в якості зразків їхніх колективних уявлень» [1, с. 294].

У цьому зв'язку можна стверджувати, що виразна присутність сьогодні в «мові міста» приватних кодів є свідченням глибокої реконфігурації актуального соціального порядку, де предметність світу виявилася гранично звуженою до предметності життєвого світу індивіда. Офісні приміщення, парки, галереї, вулиці активно освоюють естетику «домашнього» – головного просторового локусу емоційного і фізичного комфорту. В інтер'єрі, приміром, кафе спостерігається чутливість до індивідуалізованого, антропоморфізованого, одушевленого камерного простору – затишного місця, оформленого за принципом «як удома»: пледи, свічки, книги, кумедні наївні предмети, серед яких людина може відчувати, що вона тут не чужа, вона прийнята, вона своя.

Подібна архітектурна семіотика свідчить про посилення приватизаційних трендів, які містять конотацію нового досвіду переживання світу. Говорячи про приватизаційні тренди ми маємо на увазі активну експансію приватних кодів в різноманітних їх проявах (у феноменальному, прагматичному, речово-предметному, візуальному) на усі соціальні сфери. Більш того, приватні коди

набувають все більшу поширеність у суспільстві, стають об'єктами символічного виробництва і споживання, й, головне, стають фактором додаткової вартості. В такому розумінні термін «приватизаційний тренд» має економічне навантаження: будучи ринковою стратегією, тренд встановлює цінність приватності, тобто сприяє економізації найбільш особистих та інтимних сфер життя людей. З цієї позиції ідею приватності можна виразити в економічних категоріях – комерції, товарності, конвертованості. Це означає, що навіть ті сфери, які раніше вважалися суто особистими – такі як турбота про тіло, здоров'я, зовнішність, повсякденні контакти, любов, секс, дружба, – виявилися під економічним тиском оптимізації.

Отже, «приватизаційним трендом» стають різноманітні стратегії, напрями, прийоми, способи просування приватної семантики, внаслідок чого вона набуває рис масовості, типовості, схильності до повторення, відтворення, і, головне, комерційної привабливості. Прикладом тут можуть слугувати сучасні практики естетизації і індивідуалізації архітектурних просторів, зокрема місць побуту, пронизаних етосом домашнього комфорту, які активно просуває ринок. На цьому фоні значної популярності набувають знання, як створити навколо себе *Hugge* – такий собі локальний простір «особистого щастя». *Hugge* – датське слово, що означає створення навколо себе спокійної, комфортної і гармонійної обстановки, просякнутої простими радощами життя: прогулянки сніговим лісом, читання книжок біля каміна, трохи легкого вина в колі близьких друзів [2]. Цей актуальний тренд швидко монетизували виробники плюшевих пледів, запашних свічок, вязаних пончо з котиками, а вслід за ними й уся сфера послуг. Наприклад, дедалі більше ресторанів і кафе створюють для своїх відвідувачів *Hugge*-обстановку.

Взагалі, існуючі сьогодні приватизаційні тренди є

різноманітними, проте в них усіх є важлива об'єднуюча риса: усі вони стосуються самої серцевини людського досвіду – сфери приватності, яка виявилась активно залученою до товарно-грошових відносин, до організації матеріального оточення людини.

Література:

1. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта: пер. с англ. – М.: Ин-т социологии РАН, 2004. – 752 с.
2. Рогатинский А. Мировые социокультурные тренды к началу 2017 года. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/trends/148508/>

Праксеологічні проблеми соціології управління
Ячний Андрій Михайлович, доцент
кафедри соціології Дніпровського національного
університету імені Олеся Гончара, кандидат
соціологічних наук, доцент.

В умовах сучасного українського суспільства здійснюються демократичні процедури щодо залучення активних громадян до процесу влаштування міського простору. Але можна спостерігати, що прагнення суб'єктів управління щодо перетворення міського середовища наштовхуються на певні перешкоди. Пошук шляхів та можливостей щодо підвищення результативності управлінської діяльності є предметом уваги практиків та науковців. Практики прагнуть ефективності, науковці – крім «наукового азарту», запропонувати науково-обґрунтовані рекомендації щодо забезпечення цієї ефективності. Зусилля науковців мають теоретичні результати, але ці досягнення неохоче впроваджуються практиками, які вимагають спрощення наявних рекомендацій. При цьому, кожна з наук пропонує «свої» можливості, і звичайно під кутом «своєї» методології.

Так, категорія управління розкривається, через характеристики цього явища, при цьому висвітлюють у відповідності задач конкретної науки. На цій підставі

виникають суттєві змістовні розбіжності у визначенні. Філософія визначає управління як функцію організованих систем, що забезпечує збереження їх структури, підтримує режим діяльності, реалізацію їх програм, мету. А соціальне управління як цілеспрямований вплив на суспільство для впорядкування, збереження, вдосконалення і розвиток його певної якісної специфіки [1, с. 496; 2, с. 674]. Представники соціальної психології демонструють «свої» особливості у визначенні управління і визначають його як функцію організованих систем, що забезпечує збереження їх структури, підтримує режим функціонування і реалізації програми діяльності, але при цьому, наголошується, що це вид індивідуального або групового, спланованого впливу суб'єктів управління на об'єкти управління для досягнення певної мети управління [3, с. 296-297]. Складається враження, що йдеться про управління заради власне самого управління.

Треба визнати, що, у наявній літературі, управління дуже часто визначається як функція. На наш погляд, формулювання визначення сутності будь якого явища через його призначення не зовсім коректне. Не можна зрозуміти явище, зафіксувавши лише його призначення. Як що йдеться про будь яке явище, то воно повинно бути зафіксоване через поняття, тобто мати свою назву і зміст, а вже після цього – перелік притаманних йому характеристик.

Показовим може бути порівняльний аналіз наявних визначень соціального управління. Так, у «Сучасному словнику із суспільних наук» соціальне управління визначається: 1) у теорії соціального управління, як процес цілеспрямованого впливу на об'єкт соціальної системи для забезпечення його функціонування та розвитку; як особливий вид професійної діяльності, який зводиться не тільки до досягнення цілей системи, організації, але й виступає засобом підтримання цілісності будь-якої складної

соціальної системи, її оптимального функціонування; як продукт соціальних організацій; 2) з позицій соціального менеджменту, – це процес проектування та інновації соціальних організацій, мотивації людей до діяльності для досягнення цілей організації; 3) в економічній теорії – це спосіб отримання економічного результату при найменших виробничих витратах; 4) у правознавстві – державне правове регулювання за допомогою законів; 5) у політології – вплив на суспільство з боку держави політичними методами [4, с. 381-382]. Наведені визначення демонструють розбіжності у наукових підходах і ні як не спрощують життя практиків.

Продемонструвати свою здатність вирішувати проблеми щодо вдосконалення управління, прагне й соціологія, але у «святій боротьбі за своє», спостерігається й інша проблема. Так, однотипні визначення свідчать про запозичення «чужих» підходів та «розмивають» методологію конкретної науки. «Енциклопедичний соціологічний словник» визначає управління як функцію організмів, систем різноманітної природи (біологічних, соціальних, технічних), що забезпечує збереження їхньої певної структури, підтримання режиму діяльності, реалізацію програми, мети діяльності [5, с. 839]. Виникає питання – наскільки можна вважати ці визначення «соціологічним»? Майже однотипне визначення ми вже бачили в філософії.

Цікавим в соціології є визначення соціального управління як керування будь-якими суспільними процесами, або як управління процесами і явищами соціальної сфери суспільного життя, засіб реалізації соціальної політики [6, с. 839; 7, с. 334]. Не потребує великих зусиль побачити компіляцію щодо вирішення задач менеджменту, соціальної філософії та соціальної роботи. Активне застосування в соціології понять «управлінська діяльність» свідчить про його запозичення з психології та

менеджменту.

Показовим щодо «запозичень» є визначення соціального управління, яке пропонується соціальними працівниками. Так, соціальне управління – це цілеспрямований вплив на суспільство для впорядкування і розвитку його певної якісної специфіки. Підкреслюється, що характеристики соціального управління обумовлені системною природою суспільства, суспільним характером праці, необхідністю людей у спілкуванні в їх життєдіяльності, в процесі обміну продуктами матеріальної і духовної діяльності [8, с. 267-268]. При цьому, завдання соціальної роботи у визначенні майже відсутні. Подібні речі можна зустріти й в інших науках, що свідчить про відсутність чітких понять управління в межах самих дисциплін, на ґрунті «своєї» методології.

Не можливо не визнати, що власне й соціологічний літературі притаманне не аби яке суттєве різноманіття у визначеннях понять «управління» та «соціальне управління». Так, управління визначається як соціальний інститут, що являє собою цілеспрямований, усвідомлений, організаторський вплив людей на власну суспільну, колективну, групову життєдіяльність як безпосередньо (у формі самоуправління), так і через спеціально створені структури (державу, суспільні об'єднання, партії, фірми, кооперативи, асоціації тощо). При цьому, автори виокремлюють поняття «соціальне управління» та «управління соціальними процесами» на ґрунті того, що поняття «соціальне управління» визначає весь комплекс цілеспрямованого регулювання соціальних сфер, суспільних відносин, соціальної діяльності людей, а поняття «управління соціальними процесами» підкреслює аспект диференціації, тобто виокремлення конкретних процесів, які підлягають управлінському впливу відповідно до специфіки кожного з них [9, с. 12-13]. Інші автори визначають управління як: 1) систематичний

вплив суб'єкта управління (підсистема, що управляє) на соціальний об'єкт (підсистему, якою управляють), з метою забезпечення їхньої цілісності, «нормального» функціонування, вдосконалення і розвитку, досягненню поставленої мети; 2) цілеспрямований вплив на умови життя людей, їхні ціннісні орієнтації, поведінку, та має за головні завдання – забезпечення добре скоординованої цілеспрямованої діяльності, як окремих учасників сумісних зусиль (трудових, політичних, спортивних та ін.), так і соціальних організацій (систем) у цілому [10, с. 9-10]. Наведене визначення «управління» – є управлінням (за назвою), але (за змістом) все ж таки йдеться про соціальне управління, про це свідчить визначення в іншому джерелі, де визначається соціальне управління як свідомий, систематичний, організований вплив на суспільство з метою впорядкування, вдосконалення його структури і діяльності, збереження цілісності; як процес, який забезпечує стійкість розвитку суспільної системи, її рівновагу, гарантію, запобігання потрясінням і катаклізмам [11, с. 646-648].

Необхідно звернути увагу на те, що наведені визначення управління формулюються через поняття «вплив», «діяльність», але існують й інші підходи. Так, певні автори говорять про управління вже як про процес систематичного, свідомого, цілеспрямованого впливу людей на суспільну систему у цілому або її окремих частин (виробництво, соціальне та духовне життя, галузі економіки і таке інше) на ґрунті усвідомлення та використання, притаманних суспільству об'єктивних закономірностей і прогресивних тенденцій в інтересах забезпечення його ефективного функціонування та розвитку. Підкреслюється, що у змістовному плані управління розглядається як вид інтелектуальної праці, яка виступає як система послідовних управлінських функцій, циклів, процесів, які забезпечують координацію і регулювання інших видів людської праці [12, с. 1144].

Таке визначення управління ототожнюється з поняттям соціальне управління, автори не відокремлюють їх. Про це свідчить інше соціологічне видання яке визначає соціальне управління як діяльність щодо організації суспільних процесів, яка ґрунтується на усвідомленому використанні притаманним ним закономірностям [13, с. 356-358].

Авторитетне соціологічне видання пропонує визначення управління як елемента, функції організмів, систем різноманітної природи (біологічних, соціальних, технічних), що забезпечує збереження певної структури, підтримання режиму діяльності, реалізації програми, мети діяльності. Соціальне управління ж, визначається як один з основних видів управління, функція якого полягає у забезпеченні реалізації потреб розвитку суспільства та його підсистем [14, с. 380].

Стосовно стану визначення змісту понять «управління» та «соціальне управління» в рамках методології інших наук, можна впевнено стверджувати, що проблеми схожі. Так, в теорії менеджменту управління визначається як процес планування, організації, мотивації і контролю, який необхідний для того, щоб сформувати і досягти мету організації [15, с. 37]. Менеджмент, розглядаючи організацію діяльності суб'єкта управління (менеджера), пропонує своє визначення управління як низки окремих процесів, що представляють собою дії, які сприяють досягненню мети [16, с. 15]. Наявне ототожнення понять «процес» і «дія», «керування» та «управління» нажалі тільки дезорієнтує читача.

Представники політології визначають управління як: 1) сукупність способів, засобів і механізмів для здійснення організованого забезпечення впорядкованості, стабільності політичного життя суспільства і держави; 2) форма регулювання суспільних відносин в класовому суспільстві через владу [17, с. 525-526]. При цьому в рамках політології існує й інше визначення. Управління – це специфічна функція організованих систем природи,

суспільства, виробничо-технічної сфери, яка забезпечує їх життєдіяльність, цілеспрямовану динаміку їх розвитку, реалізацію конкретних програм і практичних задач. В свою чергу, соціальне управління визначається як свідома діяльність суспільних інститутів та окремих індивідів, що спрямована на регулювання стихійних та усвідомлених, об'єктивних і суб'єктивних начал, доцільне впорядкування суспільних відносин [18, с. 379-380]. Наведені визначення ще раз переконливо демонструють розбіжності визначень та наявність означеної проблеми.

Вважаємо доцільним виокремити ще одну проблему, яка полягає в тому, що спостерігається певне легковажне ставлення до поняття «управління». Так, зустрічаються автори для яких поняття «управління» на стільки зрозуміле та «елементарне», що не потребує окремого фіксування. Вочевидь, на цій підставі, зустрічаються видання, що висвітлюють власне явище управління, але у тексті не можна знайти жодного визначення управління [19]. На нашу думку, будь яке явище, при його вивченні, повинно мати визначення для його фіксації під певним кутом розгляду. У разі відсутності визначення явища – кожний бачить його «по-своєму» й думає «про своє».

Таким чином, проведений порівняльний аналіз, наявних визначень «управління», демонструє «парад» визначених змістів та сенсів цього явища, підходів щодо його розгляду. Такий стан речей обумовлює проблемний характер впровадження наукових здобутків у практику керівників. На цій підставі вважаємо за доцільне зосередитися прикладному аспекті щодо формулюванні чітких і зрозумілих понять, ціннісно-нормативних уявлень для суб'єктів управління та населення. Будь яка наукова теорія, перед усім покликана надавати світоглядні орієнтири, що зручні до сприйняття та у використанні у практиці створення сприятливого міського середовища. Чітке висвітлення змісту соціального управління

дозволить створити такі орієнтири.

Література:

1. Философский словарь / под ред. И.Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1987. – 590 с.
2. Философский энциклопедический словарь / ред. кол. С. С. Аверинцев [и др.]. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1989. – 815 с.
3. Дьяченко М. И., Кандыбович Л. А. Краткий психологический словарь: Личность образование, самообразование, профессия. – Мн.: «Хэлтон», 1998. – 399 с.
4. Сучасний словник із суспільних наук / за ред. О. Г. Данильяна, М. І. Панова. –Х.: Прапор, 2006. – 432 с.
5. Энциклопедический социологический словарь / общ. ред. Г.В. Осипов. – М.: ИСПИ РАН, 1995. – 940 с.
6. Социологическая энциклопедия / под общ. ред. А. Н. Данилова. – Мн.: «Беларуская Энцыклапедыя», 2003. – 382 с.
7. Социальная работа: словарь-справочник / под ред. В.И. Филоненко. – М.: Контур, 1998. – 480 с.
8. Бурега В. В., Мазурик О. В., Селютіна Н. Ф. Соціологія управління: навч. посібник. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2010. – 140 с.
9. Бабосов Е. М. Социология управления: учеб. пособие. – Мн.: ТетраСистемс, 2000. – 288 с.
10. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / за заг. ред. В.І. Воловича. – К.: Центр духовної культури, 1998. – 736 с.
11. Социология: энциклоп.. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.
12. Социологический справочник / под общ. ред. В. И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – 382 с.
13. Социологический энциклопедический словарь / ред.-коорд. Г. В. Осипов. – М.: ИНФРА М-НОРМА, 1998. – 488 с.
14. Кабушкин Н. И. Основы менеджмента: учеб. пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Остожье, 1999. – 336 с.
15. Амстронг М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем. – Р.-н/Д.: Феникс, 1998. – 512 с.
16. Человек и общество: краткий энциклопедический словарь-справочник (политология) / отв. ред. Ю. С. Борцов, научн. ред. И. Д. Коротец. – Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 608 с.
17. Политология: энциклопедический словарь / общ. ред. и сост. Ю. И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
18. Удальцова М. В. Социология управления: учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. – 144 с.

СЕКЦІЯ № 2

Актори формування міського простору Харкова впродовж XIX – початку XX ст.

Нестеренко Вікторія Олександрівна, викладач
кафедри українознавства Харківського національного
університету імені В. Н. Каразіна.

Поняття міського простору охоплює не тільки географічну площу, але й все, що його наповнює – будинки, природні об'єкти, пам'ятники, соціальні зв'язки між людьми, їх діяльність та повсякденні практики. Міський простір суттєво змінюється від так званих «ідей» – архітектурних стилів, законодавчих актів, ідеологій тощо. Таким чином, для дослідження простору потрібна теорія, яка об'єднає всі ці явища в один текст. Це дозволяє зробити використання акторно-мережевої теорії Б. Латура (АМТ).

Вивчення українських міст з точки зору міського простору почалось вже за часів незалежності. У дослідників більш ранніх часів фігурує топографічний опис місцевості, вивчення діяльності влади, соціально-економічних процесів, забудови. Проте всі ці явища є складовими частинами нашого розуміння міського простору, без вивчення яких неможлива загальна картина. Таким чином, минуле Харкова, його біографія достатньо проаналізована вченими, в тому числі, Д. І. Багалієм, А. Г. Слюсарським,

А. Ю. Лейбфрейдом, В. Л. Маслійчуком та іншими, що дозволяє будувати загальну картину творення міського простору. Джерельну базу нашого дослідження, на основі якої ми реконструюємо діяльність акторів, складають законодавчі акти, документи які відображають діяльність міської влади та місцевих мешканців, мапи, спогади та зображення міських краєвидів.

Отже, виділемо основні принципи дослідження міського простору на основі АМТ. Простір не є

статичним, він постійно розвивається, в англійській мові використовується термін «ongoing achievement». Його створюють актори, до яких відносяться люди, не-люди та ідеї. Діяльність акторів можна представити у вигляді безкінечної ризоми або мережі, саме вона і є міським простором [1, с. 9]. Одразу треба зазначити, що неможливо описати безкінечну ризому та безкінечну кількість акторів. Тому для дослідження міського простору Харкова з кінця XVIII до початку XX ст. ми пропонуємо поділити діючих осіб за впливами на наступні групи: імперська влада (губернатор, законодавчі акти, уряд), місцева влада (міський голова та дума), етнічні та соціальні групи, які створюють в місті «свої» локації, церква, університет, мережа лікарень, культурних та навчальних закладів, природні явища, архітектори, мистецькі стилі та транспортна сітка. Важливо пам'ятати, що з часом деякі актори втрачали свій вплив, інші, натомість, з'являлись. За принципами АМТ на початку дослідження ми не можемо визначати, хто відігравав в цьому процесі головну роль, бо маємо слідувати за акторами без попередніх висновків, але в результаті роботи деякі діючі особи демонструють сильніший вплив, ніж інші.

У Харкові наприкінці XVIII ст. починається процес впорядкування простору, який ініціює державна влада: збирається інформація про місцевих мешканців та майно, створюється мапа міста, на основі якої – новий план забудови. Але у суб'єктів державної влади не вистачає ресурсів, щоб виконувати всі постанови, що суттєво вповільнює процес впорядкування. На початку XIX ст. додається важливий актор – університет. Він сприяє появі в місті нових груп акторів та змінює характер діяльності інших. Впродовж всього XIX ст. змінюється вплив державної влади, який дуже залежить від особистісного чинника. Активний губернатор (найяскравіший приклад – С. О. Кокошкін) докладав зусиль і змушував

міську спільноту виконувати будівниче законодавство і слідувати планам, в той час як більшість представників імператора звертали на це менше уваги. Етнічні та соціальні групи створювали власні місця в просторі, але особливістю Харкова було їх дисперсне розташування. З другої половини XIX ст. в процес творення простору включається одразу кілька дійових осіб – земства, ідеології (які, в тому числі, вимагають створення доступного та комфортного житла для представників бідних прошарків), транспортна мережа, нові навчальні заклади. Наприкінці століття пошквалюється обговорення міських проблем та напрямків розвитку серед інтелігенції, що виражається в публікаціях на шпальтах газетних сторінок. Ці процеси продовжуються і на початку XX століття. Паралельно з цим триває закономірний процес зменшення ролі державної влади, натомість зростає вплив місцевої громади та окремих діячів, які мають гроші та ідеї, як має виглядати місто. Таким чином, на прикладі Харкова можна побачити, як різні актори в процесі своєї дії та взаємодії постійно створюють міський простір і та його індивідуальність.

Література:

1. Латур Б. Пересборка соціального: введення в акторно-сетеву теорію. –

М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 384 с.

Мода в урбаністичному просторі: соціологічний вимір

Денисенко Ірина Дмитрівна, декан

факультету психології і соціології Харківського

національного педагогічного університету

імені Г. С. Сковороди, доктор

філософських наук, професор.

Воронкова Анастасія Ігорівна, аспірантка

кафедри політології, соціології та культурології

Харківського національного педагогічного

університету імені Г. С. Сковороди.

Стрімке зростання чисельності міського населення у сучасному світі, інтенсифікація урбаністичних процесів перетворює соціальний простір міста на основний топос життєдіяльності людини у XXI столітті. У контексті зазначених процесів сучасний світ перетворюється на так званий «міський світ», сучасна людина на – «міську людину», сучасний образ життя на – «міський образ життя».

За цих обставин актуалізується та трансформується саме роль моди у функціонуванні сучасного урбаністичного простору.

Найчастіше мода у соціологічному дискурсі інтерпретується як «соціально-психологічний і культурний феномен, що проявляється в зовнішньому наслідуванні «значущого іншого» і ґрунтується на соціальній нерівності» [1, с. 237], тобто як складне утворення, яке пов'язане з усіма сферами життєдіяльності індивіду та груп.

Мода в урбаністичному просторі, з одного боку, впливає на формування та відтворення міського образу життя окремого індивіда, а з іншого – на аналогічні процеси в образі життєдіяльності самого міста.

Мода у сучасному урбаністичному просторі представлена достатньо великою кількістю позицій – від проектування та побудови на території міста модних архітектурних ансамблів до відкриття на його вулицях магазинів брендового одягу, ювелірних прикрас, фешенебельних готелів тощо.

Зрозуміло, що в контексті розвитку урбаністичного простору зберігається взаємодія головних тенденцій реалізації функціонального потенціалу моди: прагнення зберегти і укріпити існуючі соціально-класові відмінності в конкретному суспільстві і прагнення їх нівелювати в контексті певного «виходу» за класичні, традиційні рівні смаку і, відповідно, стилі життя.

Але крім цих моментів в умовах сучасного міста мода як

складна функціонуюча структура, яка містить «об'єктивні фактори, що її спричиняють, особливі стани суспільної свідомості, специфічні форми поведінки людей і відповідні їм культурні зміни і форми» [1, с. 237] презентує нові позиції в динаміці урбаністичного простору.

По-перше, тенденції у розвитку моди на індивідуальному та колективному рівнях впливають на розвиток конкретного урбаністичного простору.

По-друге, особливості функціонування моди в умовах конкретного міста визначають специфіку її розвитку на вище зазначених рівнях – індивідуальному та колективному.

По-третє, традиційний набір функцій моди (комунікативна, інтеракційна, компенсаторна, соціалізація, соціального регулювання) доповнюється новими імперативами – соціального відмежування, соціально-політичної підтримки, соціального рекламування і т. ін.

По-четверте, з'являється нові показники конструктивного існування моди як відкритого проекту (тобто, функціонування якої призводить як до позитивних, так й до негативних наслідків). На рівні розвитку конкретного міста регрес або прогрес від введення будь-яких інновацій (від відкриття модних центрів організації та проведення дозвілля до організації та проведення модних світських свят (Дня Святого Валентина, Дня Хелловіна тощо) стають більш очевидними, тобто результати цих процесів отримують реальні засади для застосування математичного інструментарію.

Література:

1. Соціологічна енциклопедія / ред.-укл. В.Г.Городяненко. – К.: Академвидав, 2008. – 456 с.

Екологічний стан промислового міста як ризик для здоров'я його мешканців (на прикладі м.Кривий Ріг)

Лобанова Алла Степанівна, професор
кафедри соціології та економіки Криворізького
державного педагогічного університету, доктор
соціологічних наук, професор.

Каритка Валерій Валерійович, аспірант
кафедри соціології та економіки Криворізького
державного педагогічного університету.

У сучасному світі здоров'я людини є найважливішим її надбанням, оскільки його добрий стан сприяє її нормальному фізіологічному розвитку, моральному самопочуттю, емоційному настрою, формуванню імунітету проти різноманітних хвороб, а відтак і нормальній працездатності. Однак, як свідчить статистика, останніми роками в Україні значно погіршився стан здоров'я населення, що призводить до зменшення тривалості життя, особливо це стосується промислових міст України. Так, наприклад, у демографічному прогнозі Кривого Рогу до 2030 р., розробленому у рамках Проекту міжнародної технічної допомоги «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» (Проект РЕОП), зазначається, що «показник тривалості життя у Кривому Розі значно менший від відповідних показників у містах Дніпропетровської області та України загалом. Зокрема, у 2010 р. тривалість життя чоловіків у місті була на 6,2 роки менша, ніж у міських поселеннях України і на 4,4 роки нижча, ніж у міських поселеннях області» [1, с. 28]. Звісно, що причинами зменшення тривалості життя і збільшення смертності населення у промислових містах є чимало причин, зокрема травматизм на виробництві, аварійність на дорогах, шкідливі звички. Однак найбільшої шкоди у промислових містах здоров'ю населення завдає їх

екологічний стан, який, на жаль, з розвитком промисловості зазнає суттєвого погіршення.

Тому дослідження проблематики впливу довкілля на здоров'я людей не тільки не втрачає своєї актуальності у сучасних умовах, а навпаки, набуває ще більшої гостроти. Отже метою роботи є виявлення впливу стану довкілля на здоров'я людей у промисловому місті і обґрунтування шляхів запобіганню ризиків його погіршення.

Сучасний період життя людства характеризується значним розвитком промислового виробництва, що призводить до неупинних змін довкілля, водного і повітряного басейнів, кліматичних умов і географічних ландшафтів. Як зазначає М. М. Кисельов, «такі зміни формують нову якість довкілля та життя, до якої людина як вид неготова. Розв'язання цієї проблеми потребує системного врахування як екологічних, так і соціокультурних аспектів розвитку і передбачає визначення меж стійкості екосистем та готовності жити в цих межах» [2]. Звісно, особливої уваги науковців потребує глобальна світова екосистема, яка зазнала змін у зв'язку із потеплінням клімату («парниковий ефект»), трансформацією складу атмосфери і забрудненням навколоземного простору залишками космічних ракет, супутників тощо. Однак не меншої значущості набуває проблема дослідження локальних (регіональних) екосистем, які зазнають збитків у промислових регіонах, де відбувається видобуток корисних копалин, інтенсивно розвивається промислове виробництво і разом з тим неналежна увага приділяється відтворенню навколишнього середовища. Напевно, великою помилкою радянських часів було будівництво великих промислових підприємств практично у межах міст, або розбудова міст навколо промпідприємств. Така недалекоглядність коштує в теперішніх умовах дуже дорого, оскільки наносить великої шкоди здоров'ю людей.

Так, наприклад, на території м. Кривий Ріг розташовано

більше 70 великих промислових підприємств. За офіційними даними, викиди забруднюючих речовин у повітря за 2017 рік у місті становили 323 тис.тонн, утворено понад 230 млн.тонн промислових відходів, з них розміщено в навколишньому природному середовищі більше 152 млн.тонн [3]. Основними підприємствами, що здійснюють найбільший вплив на стан атмосферного повітря, є ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПАТ «ПІВДГЗК», ПРАТ «ПІВНГЗК», ПРАТ «ЦГЗК», ПРАТ «ХайдельбергЦемент Україна», ПРАТ «ІНГЗК», ПАТ «Кривбасзалізрудком», ТОВ «Метінвест – Криворізький ремонтно-механічний завод», ПРАТ «Суша Балка», СП ПРАТ «ММК ім. Ілліча» ГЗК «Укрмеханобр» та інші.

За валовими викидами основних забруднювачів (пилу, оксидів азоту) м. Кривий Ріг, на жаль, посідає перші місця в Україні [4, с. 64]. Як доводить Л.І. Баранова, у розрахунку на одну особу населення міста, викиди від стаціонарних джерел дорівнюють 541 кг, що свідчить про високий рівень антропогенного забруднення [5, с. 21].

Безумовно, занадто велике техногенне навантаження неминуче веде до порушення екосистеми, викликаючи руйнівні наслідки у природному середовищі, а відтак у живих організмах, зокрема і у людських. Тому стан здоров'я та захворюваності населення регіону можна вважати похідними від стану навколишнього середовища, саме такої думки дотримуються українські дослідники О. Антонюк, М. Горбач, Б. Данилишин, М. Хвесик, В. Шевчук та інші [6]. Справедливо зазначає О.П. Антонюк, що «здоров'я не можна розглядати як щось автономне, пов'язане тільки з індивідуальними особливостями організму, тому що воно є результатом впливу генетичних, соціальних і природних факторів та їх комбінації» [6]. А, «небезпечний рівень забруднення атмосфери, – як підкреслює Н. М. Миронова, – є одним з основних факторів підвищення ризику смертності та

захворюваності в містах з дуже сильним забрудненням атмосферного повітря» [7]. Дослідниця вважає, що середній показник смертності населення в таких містах на 5-10% більше, ніж у містах з відносно чистою атмосферою. Надмірна концентрація шкідливих речовин, яка фіксується у повітрі м. Кривого Рогу та його водному басейні неминуче призводить до ряду захворювань: дихальної і серцево-судинної систем, якісних новоутворень та злоякісних пухлин (онкозахворювань). Звісно, що житлові масиви, які розташовані навколо промислових підприємств, є найбільш небезпечними для здоров'я людей. Наукові дослідження, які проводилися упродовж багатьох років, свідчать, що «рівні захворюваності у різних районах міста суттєво коливалися, і деяким часом найменший рівень захворюваності в забруднених районах перевищував найбільший у районах з допустимим чи слабким рівнем забрудненості за цілим рядом захворювань: органів дихальної системи – у 1,7 рази (у розрахунку на 10 000 населення); органів кровообігу – у 3,4 рази; гіпертонічної хвороби – у 32,7 рази; стенокардії – у 3,1 рази; хронічного фарингіту – у 3,8 рази; хронічного ларингіту – у 3,2 рази; пневмонії – у 1,4 рази; хронічного бронхіту – у 1,8 рази; обструктивного бронхіту – у 4,1 рази; бронхіальної астми – у 1,6 рази [8].

Окрім того, вивчення імунологічного статусу людини під впливом факторів навколишнього середовища, яке проводилося групою криворізьких вчених на чолі з В.О. Гапоном, виявило, що у працівників металургійного комбінату він виражається у зниженні кількості Т- чи В-лімфоцитів та здатності їх перетворюватися у бласти, а також зниженні імуноглобуліну G у крові. Одночасно відбувалося збільшення імуноглобулінів А і М та кількості нульових клітин [8]. А це означає, що шкідливі речовини, які викидаються у повітря промисловими гігантами, суттєво знижують імунітет людей, що збільшує ризики їх

захворювань, зокрема серцево-судинних, онкологічних та дихальної системи.

Варто звернути увагу також на той факт, що несприятлива екологія є однією з найважливіших причин накопичення мутацій організму, які стосуються генотипу людини. На це звертає увагу О.В. Грабовський і зазначає, що приблизно 85% хвороб викликаються та переносяться водою [9]. Незадовільна якість питної води пов'язується з тим, що внаслідок викидання промислових стоків підприємствами Кривого Рогу, Жовтих Вод і Кіровоградської області підвищилася мінералізація та жорсткість води у відкритих водоймищах (Карачунівському та Радущанському), з яких здійснюється водопостачання міста [10]. А відтак вода насичується токсичними з'єднаннями важких металів, солями, що підвищує ризик захворювання на атеросклероз, інсульт, інфаркт тощо.

Таким чином, не викликає жодних сумнівів негативний вплив екологічного стану великих промислових міст за стан здоров'я їх мешканців, оскільки він пов'язується із значним техногенним навантаженням на довкілля, яке спричиняє виробництво (видобуток і переробка корисних копалин, масові вихлопи при бурових роботах у шахтах та гірничо-збагачувальних комбінатах тощо). Зменшити це навантаження зокрема у м. Кривий Ріг вкрай складно, оскільки, по-перше, санітарно-технічний стан діючих газувуглеочисних споруд на 15% підприємств несправний, або ж вони працюють неефективно, а, по-друге, у вітчизняній практиці відсутні апарати очищення від газоподібних компонентів, які й формують загальний фон атмосфери в житлових масивах міста [10]. Така ситуація значно підвищує ризики зниження імунітету, збільшення захворювань мешканців міста, збільшення смертності. А відтак природоохоронні заходи, відновлення промислових ареалів, очищення повітряного та водного басейнів потребують більш ефективних і дієвих заходів як

на регіональному, так і на державному рівнях.

Література:

1. Демографічний прогноз Кривого Рогу до 2030 р.: Проект міжнародної технічної допомоги «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» (Проект РЕОП). – 2013. – 40 с. – Режим доступу: http://www.irm.kr.ua/files/pdf/kryvyi_rih_ukr.pdf
2. Кисельов М.М. Екологічна свідомість як феномен освітянського процесу // Філософська думка. – 2005. – № 2. – С. 3-4. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/pr1nc1k/ss-44343138>
3. Екологічна ситуація у місті Кривий Ріг // Офіційний сайт Криворізької міської ради та її виконавчого комітету. – Режим доступу: http://kr.gov.ua/karta_saytu_pidrozdili_vikonkomu/upravlinnya_ekologii/ekologichna_situatsiya_u_misti_kviviy_rig
4. Горбань Т.В., Гапон В.О. Рівень захворюваності дітей-мешканців м. Кривий Ріг // Довкілля. – 2005. – № 3. – С. 63-65.
5. Баранова Л. Екологічні проблеми Кривого Рогу та сталий розвиток. – Кривий Ріг, 2013. – С. 21-23.
6. Антонюк О. П. Прогнозування залежності рівня захворюваності населення міста Кривий Ріг від впливу техногенного забруднення. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/48199/18-Antoniuk.pdf?se>
7. Миронова Н. М. Стан навколишнього середовища Донецької області та його вплив на здоров'я населення. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/32_PVMN_2011/Ecologia/4_97801.doc.htm
8. Аналіз впливу діяльності металургійних комплексів Кривбасу та сучасного стану ландшафтних геосистем регіону, сформованого під їх впливом, на стан здоров'я населення міста Кривого рогу // Nova Geografia. Нова географія для вас. – Режим доступу: <http://www.novageografia.com/vogels-1779-2.html>.
9. Грабовський О. В. Вплив екологічних факторів довкілля на духовне і фізичне здоров'я людини. – Режим доступу: <http://zakinppo.org.ua/kafedri/kafedra-prirodnichomatematichnoi-osviti-ta-informacijnih-tehnologij/226-2010-06-24-09-25-13>
10. Остапущенко К. Кривий Ріг: небезпечно для життя // День. – 2000. – № 129, 21 липня. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/panorama-dnya/kviviy-rig-nebezpechno-dlya-zhittya>.

**Солідаризація у міських спільнотах: досвід
дослідження у м. Одеса**
Баласанян Вікторія Геннадіївна, аспірантка
кафедри соціології Одеського національного
університету імені І. І. Мечникова.

Тема соціальної солідарності займала провідне місце у класичних соціологічних теоріях, а наразі є актуальною у зв'язку з сучасними українськими трансформаціями. В контексті французької соціологічної теорії ХІХ століття вчення про солідарність пов'язували з іменами Ж. Фур'є, О. Конта і Е. Дюркгейма, які розглядали це явище в якості морального фундаменту суспільства [1, с. 139]. Так, Е. Дюркгейм, виділив два типи солідарності: механічну та органічну. Механічна солідарність заснована на спільностях, колективній свідомості та мінімальній індивідуальності і є характерною переважно для традиційного суспільства. Органічна ж, навпаки, заснована на розподілі праці на основі відмінності функцій різних груп та стає можливою тільки тоді, коли кожен має власну сферу дії, тобто є особистістю [2]. Вона притаманна сучасному суспільству, що актуально в ракурсі нашого дослідження, оскільки «саме місто виявляється втіленням сучасного суспільства» [3, с. 36].

Сучасні зарубіжні і вітчизняні дослідники проблеми соціальної солідарності концентрують свою увагу на різних аспектах існування цього явища - починаючи від солідарності малих груп і закінчуючи соціальною солідарністю суспільства [1, с. 145]. В Україні питання соціальної солідарності досліджувалося на національному рівні як важливий чинник розвитку, мобілізації українського суспільства та зміцнення демократії [4; 5]. В нашому дослідженні науковий інтерес викликає саме солідаризація у міських спільнотах в контексті децентралізації влади, створенні

спроможних територіальних громад, розвитку місцевого самоврядування в Україні.

Соціальна солідарність є багатовимірним феноменом і досліджується за різними аспектами, такими як рівень довіри, рівень соціальної напруженості, спільні цінності, об'єднання у громадські організації [6]. В даному дослідженні для виявлення рівня солідаризації був використаний індекс схильності до солідаризації, що застосовувався у подібних дослідженнях [7]. Збір даних проводився у листопаді 2016 року методом вуличного опитування. Вибіркова сукупність становить 500 осіб і репрезентує доросле населення Одеси (старше 18 років) за віком, статтю та районом проживання.

Індекс складався з п'яти питань, на основі відповідей на всі питання даного блоку для кожного респондента був побудований узагальнений показник.

Першою складовою є рівень довіри. Доля респондентів, які вважають, що у відносинах з людьми треба бути обережним складає 76%.

Друге питання – уявлення респондентів щодо згуртованості та згоди в українському суспільстві. Лише 17% заявили, що у країні переважає згуртованість. У той же час одесити у третьому питанні відмітили, що серед найближчого оточення більше згоди та згуртованості.

Ще одне питання виявляло рівень готовності респондентів до об'єднання з іншими людьми для спільних дій. Доля респондентів, що декларують свою готовність об'єднуватися до спільних дій складає 62%.

Останнє питання виявляло чи є у місті ті, кого одесити можуть назвати «чужими», «чужорідними». Дві третини респондентів не відмітили тих, кого вони вважали б чужинцями у місті.

За результатами розрахунку інтегрального індексу схильності до солідаризації всі респонденти були розподілені на наступні 3 групи відповідно до розподілу

значень інтегрального індексу:

- Низький рівень схильності до солідаризації (від -2 до -6,5 балів).
- Середній рівень схильності до солідаризації (від -1,5 до +1,5 балів).
- Високий рівень схильності до солідаризації (від +2 до +6,5 балів).

Для 56% одеситів характерний середній рівень схильності до солідаризації, для 26% – низький, і лише 18% виявили високу схильність до солідаризації.

Таким чином, одесити не демонструють високу схильність до солідаризації, що проявляється в низькому рівні довіри та уявленнях про консолідованість українського суспільства. Зрозуміло, що даний індекс не охоплює всі аспекти поняття солідарності, проте демонструє наявність певних проблем, притаманних як для міста Одеси, так і для України в цілому, що потребують подальшого вивчення.

Література:

1. Урсуленко К. Социальная солидарность: развитие понятия в истории социологии и современные интерпретации // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2009. – № 1. – С. 138-157.
2. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Канон, 1996. – 432 с.
3. Мусієздов О.О. Міська ідентичність у (пост)сучасному суспільстві: український досвід: монографія. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – 348 с.
4. Суспільна солідарність в Україні: проблеми і політичні засоби їх вирішення. Аналітична доповідь / за ред. О.М. Майбороди. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2012. – 64 с.
5. Паращевін М. Соціальна солідарність в українському суспільстві: тенденції змін // Українське суспільство: 1994-2004: Моніторинг соціальних змін. – К., 2004. – 448 с.
6. Урсуленко К. Методика измерения социальной солидарности в украинском обществе. Проверка теории с помощью метода моделей линейных структурных уравнений // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2009. – №3. – С. 126-157.
7. Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ: исследование общегородских идентичностей жителей Владимира, Смоленска, Ярославля

/ [И. В. Задорин, Р. В. Евстифеев, П. Л. Крупкин та ін.]. – М.: Исследовательская группа ЦИРКОН, 2015. – 94 с.

Сучасні тенденції внутрішньої міграції в Україні
Безуглий Павло Георгійович, аспірант
кафедри політології та державного
управління Донецького національного університету імені
Василя Стуса (м. Вінниця).

Міграційні процеси є невід'ємною частиною світового соціально-політичного розвитку, а в сучасних реаліях стають чіткими індикаторами та наслідками змін в політичному, соціальному та економічному середовищі держави. За напрямками, міграції можуть бути внутрішніми та зовнішніми. У свою чергу за причинами, що спонукають населення України до міграції (як внутрішньої, так і зовнішньої) можна виокремити такі групи міграцій: економічна, соціальна, культурна, політична, військова, освітня, екологічна.

До початку війни на Сході України територіальна мобільність українців до війни була невисокою порівняно зі світовими трендами міграції, де внутрішні переселення є важливою складовою збалансування ринку праці та динамічного розвитку економіки розвинутих країн [5, с. 33].

Сьогодні внутрішні міграційні переміщення в Україні характеризуються такими тенденціями і особливостями. Внутрішня міграція в Україні переважно є внутрішньо-регіональною і міжрегіональною. Переважно економічні чинники спонукають українських громадян здійснювати внутрішню міграцію.

Внутрішньо-регіональна міграція стосується, зокрема, переміщення сільського населення в міські райони в тій же області, що є проявом актуальної тенденції підвищення рівня урбанізованості регіонів.

Поїздки на роботу є важливою особливістю

внутрішньої (зокрема, внутрішньо-регіональної) трудової міграції («маятникова міграція»). Це не означає зміну місця проживання: люди їдуть на роботу в сусіднє/наближче місто, рівень розвинутості ринку праці якого є порівняно вищим. Це об'єктивно обумовлена тенденція, яка буде набувати інтенсивності в регіонах із значним аграрним потенціалом, оскільки міські ринки праці є привабливішими не лише за кількістю вакансій, важливими є зміст і умови праці, перспективи кар'єрного зростання, крім того, у містах теоретично можна розраховувати на поліпшення умов життя в порівнянні з сільськими населеними пунктами. Кількість поїздок у великі міста є значно вищою (55%) у порівнянні з поїздками у середні та малі міста (34%) або у сільську місцевість (17%) [1, р. 172].

Міжрегіональна міграція також є масовим видом внутрішньої міграції українських громадян. Вона становить більше третини обсягів міграції всередині країни (36% у 2003 році, 37% у 2008 році та 39% у 2012 році). Найпривабливішими містами для внутрішніх трудових мігрантів вважаються Київ, Львів, Харків, Дніпропетровськ та Одеса. Наслідком переміщень цього типу є певні депопуляційні втрати у сільській місцевості Заходу і Півночі України [3].

Щодо статевого розподілу мігрантів, слід зазначити, що чоловіки набагато частіше є учасниками процесів внутрішньої міграції (62%), ніж жінки (38%), і ця тенденція буде продовжуватися в найближчому майбутньому. В Україні внутрішня мобільність населення вдвічі більша, ніж кількість зовнішніх трудових мігрантів (1643,0 тис. осіб). Загальний обсяг внутрішньої міграції в 2014 р. становив 9% від економічно активного населення в Україні.

У 2013-2014 рр. в Україні виникає нова хвиля міграції – внутрішньо переміщені особи з тимчасово окупованих територій та районів проведення антитерористичної операції. За даними Державної міграційної служби,

станом на 31 грудня 2014 р. загальна кількість таких осіб, з урахуванням переміщених у межах Донецької та Луганської областей, становила близько 630 тис. осіб [2]. За даними ООН, кількість біженців і внутрішньо переміщених осіб в Україні значно вища – 1,8 млн. осіб (з урахуванням тих, хто переїхав в інші регіони України, та тих, хто виїхав за межі країни) [4, с. 12].

Отже, події на Сході України вплинули не тільки на внутрішні потоки трудової міграції, а й на географію напрямів зовнішньої трудової міграції українців. Наймасовішою серед усіх потоків міграції є трудова маятникова міграція, яка часто є небезпечною і неофіційною, супроводжується порушенням прав і свобод мігрантів. Поточні тенденції ілюструють збільшення внутрішньої міграції в напрямі зі Сходу і Півдня України до центральних та західних областей. Однак в довгостроковому періоді за умови подальших протистоянь на Сході України та проблемних стосунків з Росією можна очікувати прискорення зовнішньої міграції.

Література:

1. Безуглий П. Оцінка сучасних масштабів міграційних переміщень в Україні // *European Political and Law Discourse*. – 2018. – Vol. 5, № 1. – Р. 169-175.
2. Демографічна і соціальна статистика України. Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Дослідження та діалог щодо політики у сфері міграції і грошових переказів в Україні. Міжнародна організація з міграції (МОМ), Представництво в Україні. – Режим доступу: http://iom.org.ua/sites/default/files/mom_migraciya_yak_chynnyk_rozvytku_v_ukrayini.pdf
4. Лібанова Е. М. Вимушене переселення з Донбасу: масштаби та виклики для України // *Вісник Національної академії наук України*. – 2014. – С. 15-24.
5. Нагорняк Т.Л. Соціально-політичні чинники і наслідки міграційних процесів в Україні 2014-2016 рр. // *Політичне життя*. – 2016. – № 3. – С. 32-45.

Візуалізація модерності: Харків у зображальних джерелах другої половини XIX – початку XX ст.

Боженко Анастасія Олегівна, аспірантка
кафедри історії України Харківського національного
університету імені В. Н.Каразіна.

Модерна доба часто визначається як епоха візуального завдяки появі новітніх технологій у галузі фотографії та кінематографа. Образ міста другої половини XIX – початку XX ст. знаходив відображення не лише у письмових описах та гравюрах, але й на листівках та фотографіях, які кардинально змінювали уявлення про нього.

Вивчення візуального в українській історіографії ще не стало поширеним явищем, тому немає чітко напрацьованої методології, яку маємо запозичувати у зарубіжних авторів, зокрема, Джиліан Роуз [10], Ролана Барта [2], Девіда Герві [8] та інших. Джерельну базу нашої роботи складають листівки та фотографії Харкова другої половини XIX – початку XX ст.

Говорячи про специфіку означених візуальних джерел, слід мати на увазі мету автора. Якщо листівка – це світлина (рідше, графіка), у якій намагалися втілити ідеальний образ міста для прибульця або людини, яка ніколи не була в ньому, то у автора фотографії, яка ще не стала листівкою, могла бути і інше, діаметрально протилежна мета, а саме показати неідеальність, іноді навіть бруд, неблагоустрій на вулицях міста. Наслідки повеней, незабруковані, розмиті вулиці, звалища сміття – це все можна було побачити на фотографіях модерного Харкова [5].

Для аналізу джерел ми обрали контент-аналіз, який дозволяє поєднати якісні та кількісні дані [10, с. 48]. Аналізуючи наявні джерела за допомогою СУБД MSAccess, можемо зазначити декілька аспектів, які можуть бути актуалізовані. По-перше, це зміна просторових взаємостосунків центру та периферії: на панорамних

знімках все більше проявляється контраст між ними, який посилюється за рахунок щільності забудови у центрі та збільшенні кількості поверхів від периферії до центру, що у попередніх зображеннях-гравюрах проявлялося не так чітко [3, с. 89]. Солом'яні дахи периферійної забудови вже виразно дисонували з сучасними архітектурними технологіями забудови центральних будівель [4; 6; 7].

Модерність почала маркуватися наявністю сучасних на той час винаходів на вулицях. Зокрема, виразно видно тенденцію до розвитку громадського транспорту, зокрема, кінки та трамваю, які присутні на 23% проаналізованих нами джерел. Електричні дроти також почали пронизувати простір, змінюючи його візуальне оформлення, власне, лінії електропередач спостерігаємо майже на половині зображень (42,5%) [4; 6; 7].

Нарешті, ще один фактор, який відігравав не останню роль у вивченні візуальних джерел – це взаємодія людини з міським простором. На половині зображень, міські мешканці не позують, вони знаходяться в активному русі, який особливо відчутний на центральних вулицях та площах – Миколаївській, Московській, Катеринославській. Фланірування як практика споживання простору зафіксована на зображеннях місць дозвілля та вуличних просторах. Народження публічності разом із модерністю стає ще одним фактором, який знайшов своє відбиття [4; 6; 7].

Візуальні джерела дозволяють також відстежити універсальність образу модерного міста, даючи змогу компаративного аналізу українських та західних міст. Не дивлячись на різний рівень розвитку, можемо простежити і загальні риси: реклама на будівлях, електричні ліхтарі, фланери, які займають вуличний простір тощо [9].

Отже, візуальні джерела мають достатньо потужний емпіричний потенціал для вивчення історії модерного міста, проникнення інновацій у міський простір,

взаємодію та рухи мешканців, зміну архітектурного образу міста тощо.

Література:

1. Архитектор Е.А. Васильев (1773-1883): 210 лет со дня рождения и 150 лет со дня смерти. – Х., 1983.
2. Барт Р. *Camera lucida*. Комментарий к фотографии: пер. с фр. М., 2011. – 272 с.
3. Гусев А. Харьков: его прошлое и настоящее в рисунках и описаниях (с приложением снимков, воспроизведенных с редких картин, акварелей, гравюр, фотографий с натуры, чертежей, планов города 1768 года и новейшего): Историко-справочный путеводитель. – Х.: Типография Адольфа Дарре, 1902. – 260 с.
4. Михайлов Г. Харьков в открытках. – Х.: Дом рекламы, 2015. – 62 с.
5. Парамонов А.Ф. Харьков: ретроальбом. – Х., 2008. – 79 с.
6. Прилуцкий В.О. Старовинний Харків упоштових картках. – Х.: Колорит, 2004. – 123 с.
7. Тихомирова Т.В. Альбом фотокопий открыток старого Харькова из собрания Романова П.И. – Х., 1990.
8. Harvey D. *Paris, Capital of Modernity*. – London: Routledge, 2003. – 384 p.
9. Photochrom prints of Europe and other locations, 1890-1906. – URL: <http://hdl.loc.gov/loc.pnp/pp.print>.
10. Rose G. *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. – London, 2001. – 229 p.

**Формування іміджу постконфліктної території:
уроки для України**

Михальська Валерія Владиславівна, аспірантка
кафедри політології та державного управління
Донецького національного університету
імені Василя Стуса (м. Вінниця).

При плануванні діяльності з управління постконфліктними територіями формування іміджу такої території для зовнішнього споживача – це завдання стратегічного характеру. Політика управління постконфліктною територією має на меті досягти сталих результатів з відновлення території, аби запобігти

виникненню будь-яких перспектив до відновлення конфлікту в майбутньому. Тому питання позиціонування території відіграватиме важливий вплив для вирішення проблем, що потребують ревіталізації та реформування більшості сфер суспільного життя, особливо для створення підґрунтя для залучення зовнішніх інвестицій (в тому числі, привернення уваги інвесторів та розвитку туризму).

Перш за все, для включення постконфліктної території в національну та міжнародну економічні системи (в тому числі, через інвестиції та туризм) вже на початкових етапах постконфліктного управління важливо акцентувати увагу на відновленні безпеки після напруженої військової ситуації. Мир, безпека та політична стабільність є важливими детермінантами для іміджу економіки регіону. Для постконфліктної території повсякчас важко отримати публічний статус мирної та стабільної внаслідок формування негативного сприйняття про таку територію через медіа. Специфіка діяльності медіа в сучасному світі полягає в тому, що в фокусі уваги завжди опиняються трагедії та руйнування. Тому досить часто виникає ситуація, коли постконфліктні території не можуть позбутися статусу нестабільних тривалий час після закінчення конфлікту. Позиціонування територій з нахилом на подолання небезпеки має стати стратегічним маркетинговим компонентом у просуванні такої території для зовнішнього споживача [1].

Постконфліктний досвід республік колишньої Югославії також вказує, що брендинг постконфліктної території є важливим для формування нової спільної ідентичності та примирення для населення [2]. Важливим тут стає низовий рівень брендингу – брендинг громад. Саме тому перерозподіл владних повноважень на низовий рівень та децентралізація – один із трендів процесів постконфліктного відновлення. У постконфліктний період,

коли криза національної ідентичності ще не подолана, апелювати до місцевих ідентичностей із наголосом на спільних культурних цінностях простіше, ніж формувати нові загальнонаціональні тренди. Формування нових соціальних зв'язків на локальному рівні, в тому числі через залучення населення до створення нового іміджу території – одне із завдань постконфліктної влади. Більше того – потреба у єднанні людей, з найнижчого рівня громадянського суспільства до його найвищого рівня – один із наріжних каменів постконфліктного відновлення. Відчуваючи свою причетність до певних соціальних груп, особливо – локального рівня, людина прагнучиме зберегти ці зв'язки, а тому тяжітиме до миру.

У цьому контексті також важливо говорити про місцеву владу та її програми по відновленню територій. Через легітимну місцеву владу із значними повноваженнями можна досягти легітимізації національної влади в очах суспільства. Будучи централізованою, для політичних режимів в межах ринкової економіки важко буде виокремити ті позиції в регіональній та локальній ідентичності, які будуть позитивно сприйняти в якості бренду зовнішнім споживачем [2].

Саме нові місцеві практики можуть досягти такого ефекту. Єднання травмованих людей навколо спільної для них цінності – власного міста, є управлінським рішенням, яке не викличе упередженості конфліктуючих сторін. Для демонстрації ефективності фокусу на місцевих цінностях у постконфліктних практиках можна навести приклад міста Мостар у постконфліктній Боснії і Герцеговині. Увага до відновлення місцевої архітектури після конфлікту та позиціонування Мостару як міста значної культурної спадщини дало змогу: 1) об'єднати людей на локальному рівні навколо відродження власного міста; 2) привернути увагу міжнародної спільноти до зруйнованих об'єктів (на прикладі зруйнованого війною Старого мосту). Люди

об'єдналися навколо високої, втім, політично нейтральної ідеї – відновити пам'ятку архітектури, яка зазнала значних пошкоджень в період конфлікту. Таке політичне рішення продемонструвало свою ефективність, в тому числі через акцент на негативних наслідках діяльності руйнівників в період конфлікту. На сьогодні цей міст – одна з найвідоміших пам'яток архітектури Боснії і Герцеговини, внесена до переліку ЮНЕСКО. Ідентичність міста, побудована навколо кампанії по відновленню як об'єкту локального бренду, надала змогу говорити про Мостар як місто мирного співжиття спільнот [3].

Навколо конфлікту у постконфліктний період можуть формуватися нові урбаністичні тренди. Постконфліктний період – це шанс для «переродження» багатьох практик, шанс для вдосконалення та пошуку нового шляху. А тому в контексті загальнонаціональної політики акцент на розвитку кожної громади окремо створить необхідні передумови для досягнення стійкого миру в суспільстві.

Література:

1. Rory G. Nation branding for post-conflict countries // Public Diplomacy and Global Communication. – 2014. – Режим доступу: <https://pdgc2013a.wordpress.com/2014/03/02/nation-branding-for-post-conflict-countries/>
2. Reka S. The importance of strategic tourism development in post-conflict concept // Regional Studies Association Global Conference. – 2014. – Режим доступу: http://www.regionalstudies.org/uploads/The_Importance_of_strategic_tourism_development_in_a_post-conflict_context_-_Shqiperim_Reka.pdf.
3. Excerpt from the Decisions of the 29th Session of the World Heritage Committee. – Режим доступу: <http://whc.unesco.org/uploads/nominations/946rev.pdf>

Суспільні рухи у соціальному просторі міста

Савельєва Тетяна Павлівна, аспірантка
кафедри політології, соціології і культурології
Харківського національного педагогічного університету
імені Г. С. Сковороди.

Сучасне місто являє собою динамічне утворення, в якому соціальний простір знаходиться на стадії перманентного формування та зміни. Саме в містах відбувається більша частина взаємодій між індивідами, в тому числі конфліктних. На сьогодні найбільш масовими із останніх є суспільні рухи.

Суспільні рухи в загальному розумінні постають як колективна діяльність, що спрямована на перетворення соціальної дійсності і має колективний характер.

Розгляд суспільних рухів в соціальному просторі міста представлений різними напрямками дослідження. Серед підходів у дослідженні соціально-просторової організації міста, які дозволяють визначити особливості суспільних рухів як одного з агентів міського соціального простору, можна виокремити декілька найбільш значущих.

У неомарксистській теорії – це ідеї структуралістів А. Лефевра та М.Кастельса, які пов'язують виникнення суспільних рухів із проявом боротьби класів.

Так, у А. Лефевра слід звернутися до концепту «право на місто». Вчений зазначає про існування права людей на спільне співіснування, на міське життя, на перетворення у реальність ідей щодо мирного співіснування. Дане право має два аспекти – партисипаторну активність, або право на участь (можливість для городян брати участь у прийнятті усіх рішень стосовно створення міського простору) та право на привласнення (творення та перетворення міського простору відповідно до потреб людей).

Право на місто дає можливість звичайним громадянам для перетворень міста, його змін, а оскільки в сучасних умовах скористатися ним занадто складно – його необхідно виборювати, що передбачає революційні дії.

Д. Харві, який продовжив розвивати ідею «право на місто», зазначив, що дане право є колективним, а не індивідуальним, оскільки може реалізовуватися колективною владою для перетворення процесів

урбанізації. В своїх дослідженнях вчений також звертає увагу на необхідність розгляду соціальних конфліктів в межах просторової структури міста, адже вони накладаються на фізичний простір міста.

Саме М. Кастельс вводить до наукового обігу термін «міські соціальні рухи». Вчений вважає, що місто постає і змінюється через конфлікт різних соціальних груп, який виявляється у формі міських суспільних рухів. В узагальненому вигляді міські суспільні рухи постають як міжкласові союзи, які виникають навколо проблем споживання міських ресурсів. Для М. Кастельса, як і для Д. Харві, основними факторами формування та функціонування міських рухів є відповідний контекст.

Орієнтуючись на вищезазначені теорії, можна визначити основні напрямки подальших досліджень суспільних рухів в соціальному просторі міста:

1. особливості сучасних міських суспільних рухів, трансформаційний потенціал даних рухів як на глобальному, так і на місцевому рівнях;
2. вплив соціального простору міста на розвиток суспільних рухів;
3. суспільні рухи як вияв громадянської (політичної активності) міського населення та їх вплив на розвиток міста.

Слід зазначити, що сучасні дослідження суспільних рухів, окреслені соціальним простором міста, для вітчизняних вчених не достатньо актуалізовані, більшою мірою вони розглядаються на загальному рівні, тому дана проблематика постає перспективною в подальших наукових пошуках.

СЕКЦІЯ № 3

Спосіб життя у міському просторі **Антіпова Вікторія Петрівна**, студентка 3-го курсу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Головний соціальний зміст процесу зростання значущості міст та мегаполісів у розвитку суспільства міститься у особливих «міських відносинах», які охоплюють соціально-професійну, демографічну структуру населення, спосіб життя мешканців міст, їх культуру, розселення та розташування виробничих сил.

Науковці, які вивчають суспільство, радять розглядати місто не як територію або адміністративно-правову одиницю, а як соціально конструйований простір, межі котрого визначаються не з допомогою географічних категорій, а відчуттям приналежності, набором спільних норм і цінностей. Дії акторів (агентів), реалізовані в такому просторі, засновані на територіальній рефлексії, вони опосередковуються територією, на якій відбуваються, імпліцитно включаючи її в акт соціальної взаємодії.

Сьогодні міське середовище трактується як конкретна предметно-просторова та соціальна обстановка, що оточує людину на вулицях, у громадських місцях, на роботі або навіть удома – все те, що складає загальний фон, на якому відбувається повсякденне життя в урбанізованому просторі, а також здійснюються всі міські процеси. Соціокультурним наслідком постійного перебування у такому середовищі можна вважати урбанізм: змінну систему цінностей, звичаїв, практик та моделей поведінки.

Міський простір являє собою багатомірну динамічну структуру позицій, яка вибудовується учасниками соціальних взаємодій, на формування котрої впливають нерівномірний розподіл видів капіталів і диспозицій, утворюючих габітус, що реалізується в соціальних

практиках.

Виокремлення міського способу життя в якості особливого поняття пов'язано зі специфікою міського середовища проживання і дозволяє зафіксувати соціальні характеристики взаємодії середнього теоретичного рівня в сенсі Р. Мертона. Дане поняття відображає ідею детермінації поведінки людей особливостями їх місця існування: від її географічних – до ментальних характеристик.

Сутнісні характеристики міського способу життя:

1. Високий рівень соціальної диференціації: видів діяльності, території і простору;
2. соціокультурна гетерогенність;
3. високий рівень соціокультурної мобільності;
4. високий рівень соціокультурної динаміки;
5. високий рівень варіативності і альтернативності свідомості і поведінки;
6. інтенсивність соціопросторової мобільності - взаємодія з великим числом різних соціальних груп;
7. широкі можливості вибору моделей поведінки;
8. високий рівень інноваційної активності;
9. інформаційна насиченість міського середовища (територій і простору);
10. особистісна локалізація міського життя; особистісний вибір підстав і стратегій поведінки.

Урбанізований простір формує і формується особливою міською ментальністю, впливає духовно, естетично, морально на весь спектр людської активності, створюючи міський спосіб життя і спосіб мислення. Сучасні структурні зміни в матеріальному порядку суспільства і тотальна нестійкість в загальному потоці життя надають радикальний вплив на життєвий світ городян та на життєвий простір міста.

Література:

1. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни: пер. с англ. В. Г. Николаева // Избранные работы по социологии. – М., 2005. – С. 93-118. – Режим доступу до ресурсу: <https://freedocs.xyz/doc-444214137>

Концепція людського розвитку та її вплив на сучасне місто

Бацановська Єлизавета Володимирівна, студентка 4-го курсу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Сучасне місто є привабливим місцем проживання, яке надає широкі можливості для розкриття особистості. Простір міста стає втіленням і уособленням сучасного способу життя, світогляду, одночасно будучи осередком різноманітних можливостей діяльності, насиченості соціальної інформації, культурної інтеграції. Саме тому дуже важливо визначити вплив сучасного міста на людський розвиток, його наслідки та виникаючі проблеми. Для України, що наразі обрала європейські цінності у якості основного орієнтира свого подальшого розвитку, надзвичайно важливим є формулювання правильного розуміння сутності, цілей та особливостей сталого людського розвитку. З цих позицій надзвичайно важливого значення набуває вибір оптимальних стратегій людського розвитку, що забезпечували б стабільний розвиток людського потенціалу та позитивний вплив на місто.

Соціальні реалії міст сьогодення характеризуються підвищеними ризиками, пов'язаними з економічними спадами, демографічною ситуацією, політичними кризами та недосконалістю управлінських рішень. Ці ризики не оминають жодної соціальної групи і впливають на загальний рівень людського розвитку. Сучасний стан людського розвитку України є вкрай незадовільним, він характеризується низькими показниками якості життя, кризовою демографічною ситуацією, поганим станом здоров'я населення, значним поширенням асоціальних явищ, несприятливим соціально-психологічним кліматом у суспільстві.

Необхідність орієнтації країни в бік людського розвитку обумовлено прийняттям Україною національних Цілей Розвитку Тисячоліття, які базуються на матеріалах саміту ООН. Національні цілі спрямовані на ліквідацію таких негативних наслідків: скорочення середньої тривалості життя населення, депопуляції, зниження соціальних стандартів життя, неефективного соціального захисту, занадто високого рівня розшарування населення, низької якості освіти та охорони здоров'я, гендерної нерівності тощо.

Становлення концепції людського розвитку відбувалося на основі наукових розробок теоретиків людського капіталу Т.-В. Шульца, Г.-С. Беккера, Е. Денісона, Дж. Мінцера, Л. Хансена, Дж. Кендріка та ін. Однак остаточне формування концепції людського розвитку як теоретичної схеми пов'язане з ім'ям А. Сена та його новаторськими ідеями. К. Лінч вивчав важливість позитивного образу міста для підтримки емоційного благополуччя людини, а також вплив естетичних якостей середовища на поведінку і емоційний стан суб'єктів. До цікавих висновків прийшов Дж. Голд, розмірковуючи над тим, як формується ставлення жителів до свого міста.

Людство досягло такої стадії розвитку, коли широкого поширення одержала концепція людського розвитку, за якою саме люди стають центром, фокусом теорії розвитку, оскільки вони є водночас і головною метою суспільного розвитку, і найважливішим його чинником, і інструментом свого власного розвитку.

Концептуальний підхід до людського розвитку, розроблений на основі наукових теорій групою експертів ПРООН і вперше викладений у всесвітній Доповіді про розвиток людини за 1990 рік (ці доповіді відтоді стали щорічними), розглядає розвиток людського потенціалу як власне мету і критерій суспільного прогресу. При цьому людський розвиток може розглядатися і як чинник

зростання продуктивності праці та національного доходу, проте це зростання має сенс лише у тому разі, коли воно справді впливає на розширення можливостей людей [4].

Людський розвиток розглядається і як процес розширення людського вибору, і як досягнутий рівень добробуту людей. Говорячи про розширення вибору, мають на увазі, що фактично цей вибір стосується безмежного кола проблем, які впливають на життя людей, і це коло історично та територіально змінюється [1].

За визначенням О. Стрижак, людський розвиток – примноження не тільки доходу людей, але й їх здоров'я, освіти, збереження навколишнього середовища, забезпечення свободи дій і слова, а також формування інших умов соціально-економічного розвитку [6].

За визначенням лауреата Нобелівської премії А. Сена людський розвиток – це надання людям можливості повністю розвивати свій потенціал, жити продуктивно і творчо в гармонії з їхніми потребами та інтересами.

Розвиток людини має три компоненти:

- добробут: розширення реальних свобод людини таким чином, щоб вони могли процвітати;
- розширення прав і можливостей та агентність: можливість людини і груп діяти і отримувати цінні результати;
- справедливість: підвищення соціальної справедливості, забезпечення стійкості результатів у часі, поваги до прав людини та інших цілей суспільства [3].

Розглянемо найбільш важливі аспекти впливу сучасного міста на людський розвиток. Центр вивчення громадської думки опублікував парадоксальні результати дослідження: жителі мегаполісів задоволені своїм становищем менше, ніж жителі невеликих міст і сіл. В цілому по Україні свою життєву ситуацію називають важкою 56% опитаних. Але у великих містах таких людей виявилось 63%. Психологи пояснюють це тим, що місто не тільки дає більше

можливостей, але і забирає більше сил.

Постійне психологічне напруження, в якому живуть люди у великому місті, змушує їх частіше боятися. Визначено, що фобії в мегаполісі поширені більше, ніж в маленькому місті.

Однією з найбільш «популярних» в мегаполісі фобій є боязнь натовпу. В урбанізації існує дивовижний парадокс – вона, з одного боку, створює гранично щільне суспільство, яке повністю нехтує природними потребами в дистанції і відокремленні, які властиві всім живим істотам. Але з іншого боку, вона створює атмосферу наростаючої ізоляції індивіда, відчуття порожнечі і самотності [2].

Стан міста безпосередньо залежить від людського розвитку. Так, вандалізм, пияцтво, байдужість до навколишнього середовища, безробіття, байдужість влади до людей та інші негативні фактори приводять місто у занепадок і з часом його стан тільки гіршає. Також можна виділити такий фактор як психологічна самоідентифікація з містом: якщо людині некомфортно проживати у своєму місті, якщо вона не може знайти для себе задовільний ритм життя та певну соціальну арку, то у місті виникає негативний психологічний фон, і чим більше таких людей, тим більше страждає місто. Тоді як взаємодія правління з народом, добра екологія, толерантність міської культури та людей, історично-культурна наповненість, розвинена інфраструктура та туризм, низький відсоток девіації забезпечує високий розвиток міста та його прогрес.

У 2000 р. фахівці НАН України створили національну методичку оцінки людського розвитку. Вона базувалася на використанні 96 показників, які відображали 9 аспектів людського розвитку: умови проживання, соціальне середовище, стан ринку праці, фінансування соціальної сфери, демографічний розвиток, стан охорони здоров'я, освіти, матеріальний добробут, екологічний стан. З 2001 р. Державна служба статистики України розпочала щорічний

моніторинг Регіонального індексу людського розвитку (далі – РІЛР). Національна методика оцінки регіонального людського розвитку призначена для моніторингу стану людського розвитку в регіонах та містах України. Вона дозволяє відстежувати зміни рейтингів регіонів як за інтегральним індексом, так і за його окремими аспектами (частковими індексами); визначати чинники, які зумовили ці зміни, здійснюючи аналіз первинних показників та їх впливу на інтегральні значення [5].

В Україні позитивні зрушення відбулись за всіма аспектами людського розвитку, окрім гідної праці. Найкращими аспектами за значенням блокових індексів є освіта населення та стан відтворення населення, що є позитивною рисою людського розвитку в Україні, оскільки ці аспекти переважно обумовлюють якісні характеристики населення та визначають людський потенціал. Стан гідної праці після падіння у 2009 році залишається на низькому рівні і жоден регіон України не забезпечує помітного прогресу.

Більшість показників комфортності проживання також мають стабільно невисокий рівень. Стан соціального середовища є найгіршим серед усіх аспектів людського розвитку: за жодним із його параметрів не відбулось відчутного прогресу. Уряді регіонів значно зросла кількість дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування: у Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській, Кіровоградській, Житомирській та Чернігівській областях за досліджуваний період цей показник збільшився в 1,5-2 рази.

У Кіровоградській та Закарпатській областях значно зросла злочинність (приблизно у 1,5 рази). У Івано-Франківській області на 40% зросла кількість померлих від навмисного самоушкодження, а у Закарпатській на стільки ж зросла підліткова народжуваність. Такий стан речей надзвичайно тривожний, адже соціальне оточення

акумулює економічні, демографічні, соціальні негаразди суспільства, наслідками яких є соціально-психологічний дискомфорт, високий рівень злочинності й агресії, схильність до суїцидів, поширення соціальних хвороб та соціального сирітства [5].

Харківська область, яка посідає перше місце за рівнем людського розвитку, досягла кращих параметрів соціального середовища: зменшилась кількість хворих із вперше встановленим діагнозом туберкульозу, кількість хворих із вперше встановленим діагнозом алкоголізму та алкогольних психозів, кількість дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, а також відбулось зниження рівня підліткової народжуваності.

За добробутом протягом досліджуваного періоду було досягнуто найбільшого прогресу – у 18 регіонах України значення відповідного індексу зросло на 30% та більше. Загалом у країні зросли майже всі показники. Наприклад, частка домогосподарств, які робили заощадження або купували нерухомість – у семи регіонах (АР Крим, Закарпатська, Запорізька, Луганська, Харківська, Чернівецька та Чернігівська області) цей показник зріс більше ніж утричі. Зростання у 2-3 рази відбулось ще в трьох регіонах. Майже у півтора рази зросла купівельна спроможність (1,4-2,0 рази, залежно від регіону) [5].

Таким чином, людський розвиток має поєднувати економічний розвиток з гарантіями основних можливостей для довгого та здорового життя, отримання освіти, забезпечення пристойного рівня життя, користування політичними та громадянськими свободами для участі у житті громади. Особливого значення набуває реалізація прав людини, при цьому також важливо збереження здорового навколишнього середовища. Разом з тим, формування комфортного стану життєвого середовища та життєзабезпечення інфраструктури є значною передумовою для зародження залученого і позитивного

ставлення жителів до свого міста.

Отже, у фокусі концепції людського розвитку – людина, якнайповніше задоволення її потреб, усебічний розвиток її здібностей. Розвиток суспільства, з погляду цієї концепції, означає постійне розширення можливостей для задоволення не лише фізичних, а й духовних потреб людей. Також визначено, що з одного боку, місто надає людині ряд суспільно-економічних, соціально-побутових і культурних переваг, що позитивно позначається на її інтелектуальному розвитку, дає можливість для кращої реалізації професійних і творчих здібностей, з іншого боку – людина віддаляється від природи, знаходиться у постійному стресі та живе у замкнутому колі, що негативно впливає на її стан та розвиток. Тому основною ціллю будь-якого міста має бути досягнення соціальної інтеграції та суспільної стабільності.

Література:

1. Баришніков В.М. Людський розвиток як сутність державної стратегії соціально-економічної політики (самоменеджмент в забезпеченні конкурентоздатності безробітних на сучасному ринку праці): навчальний посібник. – К.: ІПК ДСЗУ, 2010. – 121 с.
2. Влияние городской среды на человека. – Режим доступу: <https://blprizrak.livejournal.com/301435.html>.
3. Доклад о развитии человека. Реальное богатство народов: пути к развитию человека: пер. с англ. / ПРООН. – М.: Издательство «Весь Мир», 2010. – 244 с.
4. Івашенко Т.Ю. Сталий людський розвиток як основний вектор соціально-економічних трансформацій у XXI столітті // Соціально-трудова відносина: теорія та практика. – 2015. – № 2. – С. 195-199.
5. Макарова О.В. Вимірювання людського розвитку в регіонах України: методологічні аспекти та оцінка результатів // Економіка України. – 2015. – № 3. – С. 41-53.
6. Стрижак О.О. Теоретичні основи людського розвитку.– Режим доступу: <http://www.kpi.kharkov.ua/archive>.

**Вплив релігійних конфесій на процес
державотворення в Україні**
Берелет Валерія Юріївна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

На сучасному етапі розвитку суспільства більшість вчених визнають значну впливовість релігійного чинника на соціальні процеси, застерігаючи від його недооцінки. Релігія є однією з провідних форм суспільної свідомості, а тому відіграє важливу роль в соціумі, виконуючи світоглядну, регулятивну, аксіологічну, комунікативну та інші функції. Необхідно зазначити, що вплив релігійних традицій не завжди є позитивним для суспільства: іноді релігія виконує дезінтегративну функцію, провокуючи релігійні конфлікти, створюючи міжконфесійні сутички тощо [1].

Українською владою зараз створено сприятливі умови для розвитку й діяльності релігійних організацій, пропаганди релігійних культів та обрядів, проникнення релігійності в різні сфери буття. Це пояснюється, у першу чергу, політичними причинами: із відходом від комуністичної ідеології виникає бажання позбутися всього, що було їй притаманним (мається на увазі атеїзм), а також знайти заміну тій ідеології. Виходячи з цього, влада вважає за необхідне підтримку релігійних організацій, що відображено у Законі України «Про свободу совісті та релігійні організації», інших нормативно-правових актах, роботі Державного комітету України у справах національностей та релігій тощо. Крім того, законодавча база наразі є недостатньо широкою, а також деякі аспекти в ній прописані нечітко: зокрема, слабо обмежена діяльність деструктивних культів і не пояснені принципи відокремлення школи від церкви.

Досить гострим в Україні є питання щодо державно-

церковних відносин. Воно полягає в тому, що представники різних конфесій скаржаться на недостатню підтримку з боку держави, Держкомнацрелігій та інших державних установ та інституцій. Учені ж вважають, що релігійні організації занадто сильно втручаються у освітні процеси, ведуть політичну агітацію [2].

Політичні процеси, що відбувалися в Україні з початку 1990-х років, дали можливість інтеграції громадян на релігійно-політичній основі. Ефективність діяльності владних органів, різних партій і суспільних рухів багато в чому залежить від соціально-політичних позицій багатомільйонного віруючого населення та його соціального самопочуття. Розуміючи це, державні органи розгорнули боротьбу за прихильність віруючих. Саме тому різноманітні конфесії перетворилися на засіб політичної мобілізації різних верств населення, а це, в свою чергу, спричинило те, що релігія перетворилася на об'єкт впливу політики, яка використовує її у власних цілях. У таких умовах, де відбувається боротьба за стабілізацію політичного становища в Україні й демократизацію усіх суспільних процесів, важливого значення набуває вироблення науково обґрунтованої політики щодо релігійних організацій, а також вміння використовувати в потрібному напрямку їх можливості та вплив на віруючих. Безперечно, релігійні організації офіційно не є суб'єктами політичного процесу, але здатні виступати на боці певних політичних сил.

Політизація релігії в Україні проявилась у створенні партій конфесійного спрямування, зокрема таких, як Християнсько-демократична партія України, Республіканська християнська партія України, Українська християнсько-демократична партія, Партія мусульман України тощо, але у свій час вони не набули підтримки серед населення.

На теперішній час в Україні розгортаються процеси

релігійного відродження і демократизації суспільства, тому потенціал у масових релігійно-політичних рухів в Україні все ж таки є. Адже такі рухи могли б представляти інтереси церкви в політичному середовищі (стати формою їхньої присутності), Також вони здатні в дуже простій, доступній для неосвяченої людини формі легко висловити її інтереси, і можуть бути формою вираження етноконфесійних спільнот (наприклад, греки, татари, поляки, євреї), їх культурно-просвітницьких об'єднань. Крім того релігійно-політичні рухи можуть сприяти розширенню міжнародних зв'язків України шляхом встановлення контактів і співробітництва з аналогічними течіями в інших країнах, підсилювати рух «народної дипломатії».

Релігійно-політичні рухи й партії мають шанс перспективного розвитку, якщо вони стануть масовими, не будуть причиною релігійної та національної ворожнечі, не будуть протиставляти одну групу населення іншій, дотримуватимуться норм Конституції та законів України, гуманізуватимуть політичні відносини, сприятимуть структурованості аморфного українського суспільства, захищатимуть права людини, будуть пов'язані з релігійним самовизначенням [3].

Своє намагання впливати на церковні процеси влада обґрунтовує тим, що церковне питання відіграє значну роль у системі державних інтересів. Згідно з програмами, статтями та аналітичними доповідями, підготованими у різних державних установах (зокрема, фахівцями Інституту стратегічних досліджень, Національного інституту україно-російських відносин, Академії державного управління), церква та віра займають такі позиції у структурі національної безпеки України: відіграє роль у державотворчому процесі, впливає на зростання сепаратистських настроїв регіонального та етнічного штибу, дає можливості втручання у внутрішні справи

України зовнішніх сил через церковні канали (головно в поле зору потрапляють церкви з центрами за кордоном – УПЦ, УГКЦ, РКЦ), впливає на електоральну поведінку і вияви протесного потенціалу в суспільстві, може підірвати авторитет України на міжнародній арені в процесі просування власних інтересів, може виступати чинником руйнування традиційних соціальних зв'язків, може привносити чужі цінності за посередництвом власних інформаційних каналів і забезпечувати постачання за межі країни стратегічної інформації.

Підводячи підсумки, слід зауважити, що Україна є повністю світською державою, тобто за законом релігія не може брати жодної участі у політиці. У той же час через релігійність більшої частини населення країни, багато хто з політиків намагаються заручитися підтримкою лідерів української церкви, коли виникає така необхідність.

Крім того, в Україні існує досить велика кількість різних релігійних конфесій, деномінацій та течій, тому існування ідеологічного та релігійного плюралізму є доволі важливим чинником розвитку громадянського суспільства.

В цілому, сучасний етап розвитку України характеризується політизацією церковного життя, що обумовлено зростаючим рівнем політичної активності населення, а також релігізацією політичних процесів. З одного боку, це веде до посилення міжцерковного та політичного протистояння, а з іншого – політизація релігії дає змогу духівництву та віруючим різних конфесій долучитися до розбудови Української держави.

Література:

1. Ставроянні С.С. Аналіз релігійної ситуації в сучасній Україні // Вісник НТУУ «КПІ». Сер.: Філософія. Психологія. Педагогіка. – 2010. – № 3. – С. 75-79.
2. Пасічний Р. Релігія та політика: взаємовідносини в Україні // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – Львів, 2007. – Вип. 19. – С. 126-129.
3. Кудояр О.М. Роль релігійного чинника в політичному процесі в Україні // Наука. Релігія. Суспільство. – 2002. – №3. – С. 197-202.

Проблеми та перспективи розвитку Дніпропетровщини

Білокурова Олександра Валеріївна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Комих Наталія Григорівна, доцент кафедри соціології
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара, кандидат соціологічних наук, доцент.

На сьогоднішній день місто – це основна соціально-економічна і адміністративна одиниця, яка є елементом структури великих і середніх регіонів України. Міста є важливими центрами промисловості й науки. Саме в них проявляється політичне життя держави, народжуються передові суспільні починання, формуються стимули щодо подальшого соціально-економічного розвитку міста і всієї держави в цілому [1].

Тому питання розвитку українських міст є досить актуальним. Проблематикою міст та міського господарства займались представники української та зарубіжної правової, історичної та соціологічної науки кінця XIX – початку XX століття, зокрема, М.В. Борщевський, Л.А. Веліхов, М.Ф. Владимирський-Буданов, М.С. Грушевський, О.С. Компан, Ю.В. Медведков, В.Д. Отамановський, С.В. Успенський, Б.С. Хорєв, О.І. Шкаратан та інші. [2].

На сучасному етапі розвиток кожного міста залежить не лише від ефективної та зваженої державної політики у сфері місцевого самоврядування, а й, передусім, від активності територіальних громад, де відбувається зіткнення інтересів з будь-яких проблем: політичних, економічних, соціальних, культурних, екологічних тощо.

Діапазон функцій, які здійснюють міста, дуже широкий. Систему функцій міст складають функції, аналогічні функціям держави (зокрема, політичним, економічним, соціальним, культурним, екологічним), а

також ті, що властиві виключно або переважно містам та суб'єктам місцевого самоврядування (територіальним громадам, їхнім представницьким органам). При цьому функції міста проявляються у процесі діяльності самої територіальної громади, а також діяльності підприємств, установ, організацій, які розташовані у місті, оскільки загальновідомо, що кожне місто реалізує властиві йому функції насамперед через систему міського самоврядування та через організаційно оформлені структури, що створюються для здійснення певних завдань і функцій у відповідних сферах міського життя та надання публічних послуг населенню. Всі функції міста тісно взаємопов'язані між собою та взаємодоповнюють одна одну. Вони відіграють вирішальну роль у забезпеченні нормальної життєдіяльності для жителів міста, створюють умови на достатній життєвий рівень та сприяють створенню умов для максимальної допомоги громадянам у реалізації прав і свобод.

Основними проблемами розвитку міст нашої країни є недостатня ефективність самого механізму управління розвитком міста, недосконалість бюджетно-фінансової політики, недостатнє використання ресурсного та інвестиційного потенціалу міст, значна зношеність та недостатня забезпеченість міською інженерною інфраструктурою, критичний стан житлово-комунального господарства (ЖКГ), дефіцит пропускнуої спроможності та незадовільний стан дорожньо-транспортної мережі, недостатній розвиток транспортного комплексу міста та невіршеність низки соціальних проблем.

Неефективність механізму управління розвитком міст України полягає, насамперед, у відсутності чітко встановлених стратегічних та середньострокових пріоритетів перспективного розвитку міст, а також в неузгодженості дій структурних підрозділів міської влади [3].

Слід також зазначити, що співпраця з активними містянами не є поширеною практикою, а її переваги для спільного прийняття рішень значно недооцінюються.

Формування концепції розвитку виходить з необхідності забезпечення пріоритетного розвитку людини в інтересах людини і власними силами людини в гармонії з навколишнім середовищем. Досягнення цієї мети передбачає створення сприятливого з позицій сталого розвитку – економічного, соціально-політичного, екологічного.

Зазначимо, що проблеми розвитку міста неможливо оцінити і вирішити у межах якоїсь однієї галузі знань. Вони однаковою мірою стосуються соціальних, природничих і технічних наук, а сам сталий розвиток спрямований на узгоджене формування та функціонування економічної, соціальної та екологічної складових міста на основі раціонального використання всіх видів ресурсів (природних, трудових, виробничих, науково-технічних, інформаційних та ін.) [4].

Економічна складова розвитку означає необхідність постійного нарощування обсягів виробництва суспільного продукту з тим, щоб забезпечити зростання рівня життя населення. Реалізація економічної складової розвитку зумовлює зростання доходів населення, створення нових робочих місць, ліквідацію бідності як явища.

Соціальна складова розвитку означає поліпшення умов життя населення, насамперед за рахунок ефективного розвитку соціальної, виробничої, транспортної, інженерної, комунікаційно-інформаційної та екологічної інфраструктури. Реалізація цієї складової зумовлює формування повноцінного життєвого середовища для сучасного і наступних поколінь.

Разом соціальна та економічна складові розвитку мають обумовити високу якість життя населення, передусім забезпечити нівелювання існуючої диференціації

населення за доходами і умовами життя.

Якість життя значною мірою залежить від екологічного чинника, тобто стану оточуючого людей природного середовища. Тому кожне рішення державної або місцевої влади, яке стосується економічного і соціального розвитку, повинне зважуватися з точки зору його екологічних наслідків, у чому й полягає суть екологічної складової розвитку.

Дніпропетровська область – одна з найбільш економічно розвинених областей України. Проте нинішня структура її економіки не є запорукою прискореного розвитку Дніпропетровщини і гарантією стабільного поліпшення якості життя мешканців області на середньострокову перспективу.

Сучасний світ загальної конкуренції та глобальних викликів, браку природних, фінансових, людських ресурсів спонукає всіх суб'єктів різних ринків шукати нові можливості для розвитку, використовувати власні переваги та можливості для отримання кращого доступу до ресурсів.

Основними проблемами розвитку Дніпропетровщини є економічні, соціальної сфери, сфери екологічної безпеки. Розглянемо основні з них.

Основні проблеми економічного розвитку – це:

- значна залежність базових галузей економіки (гірничо-металургійний комплекс) від світової ринкової кон'юнктури;

- неефективне енергозабезпечення регіону та висока енергоємність його економіки;

- незначна кількість інноваційно-активних високотехнологічних виробництв;

- недостатньо ефективно та незбалансоване використання ресурсного потенціалу;

- низький рівень стимулювання розвитку середнього та малого бізнесу

Основні проблеми соціальної сфери:

- незадовільні демографічна ситуація та стан здоров'я населення;
- значна диференціація доходів населення та неефективна система підтримки малозабезпечених верств населення;
- низька якість житлово-комунальних послуг і неефективна система житлово-комунального господарства;
- недостатній рівень забезпеченості житлом;
- пострадянська модель медичного обслуговування та системи освіти;
- недостатньо розвинена транспортна інфраструктура.

Основні проблеми у сфері екологічної безпеки:

- значне накопичення відходів різного походження;
- зростання викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря від пересувних джерел;
- низька якість питної води та висока забрудненість зворотних вод у загальному водовідведенні;
- значне техногенне навантаження на навколишнє природне середовище у районах розташування підприємств важкої промисловості;
- підвищення рівня ґрунтових вод.

Для забезпечення регіонального розвитку Дніпропетровщини можна розглянути наступні перспективи.

Економічний розвиток:

- підтримка базових галузей, стимулювання впровадження на них нових технологій, насамперед енергоощадних;
- нарощування обсягів продукції високотехнологічних виробництв, насамперед точного машинобудування та космічної галузі;
- диверсифікація економіки, розвиток конкурентоспроможних галузей, зокрема сільського господарства та будівництва;

- стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- підвищення інвестиційної привабливості регіону;
- подолання корупції та тінізації економіки.

Соціальний розвиток:

- перетворення області на один із провідних освітніх центрів України та Європи;
- досягнення європейського рівня надання медичної допомоги;
- зростання заробітної плати та соціальних гарантій, покращення умов життєдіяльності;
- зростання зайнятості населення;
- активізація громадського життя.

Екологічний розвиток:

- збалансоване використання природно-ресурсного потенціалу;
- поліпшення стану довкілля та збереження його унікальних елементів.

Таким чином, перспектива розвитку міста означає необхідність збалансованого вирішення соціальних та економічних завдань за умови збереження здорового стану навколишнього середовища та природно-ресурсного потенціалу. В комплексі це забезпечує ефективне задоволення життєвих потреб населення. Тобто ключова ідея розвитку полягає у динамічній та збалансованій єдності економіки, соціальної сфери та екології.

Література:

1. Мамедов А.М. Проблеми управління територіальним розвитком міста // Региональные проблемы архитектуры и градостроительства. – Одесса: Город мастеров, 1999. – С.48-51.
2. Стратегічні пріоритети та механізми інноваційного розвитку сільських територій західного регіону України: [монографія] / за ред. В.В. Борщевського, Т.Г. Васильціва. – Львів: Аверс, 2014. – 176 с.
3. Колонтаєвський О.П. Основні проблеми розвитку міст України // Менеджмент міського і регіонального розвитку: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Харків, 28-29 березня. – Х.: ХНАМГ, 2013. – С.124-126.
4. Дробишевська Т. Політика розвитку міст в Україні: ідеологія і

структура //Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 48-52.

5. Бабченко Р.П. Екоосвіта в інтересах збалансованого розвитку промислового міста //Екологічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 26.

Вплив засобів масової інформації на соціальне виховання дитини

Білоус Вікторія Миколаївна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Одним з найбільш впливових інститутів виховання в сучасному суспільстві є засоби масової інформації. Це найбільш доступний, поширений і популярний засіб інформування та розваги. Сьогодні багато дослідників говорять не тільки про величезний, але і визначальний вплив засобів масової інформації на розвиток дітей та підлітків, їх поведінку і свідомість. Займаючи лідируюче місце в житті сучасних дітей та підлітків, засоби масової інформації стають одним з найважливіших агентів виховання.

Засоби масової інформації стали серйозними каналами трансляції нових смислів, образів, моделей поведінки. Про зростаючу роль друку, радіо і телебачення в суспільному житті країни свідчать їхній бурхливий ріст, поширеність і доступність масової інформації. Друковане слово, телевізійне зображення здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених районів, проникнути в будь-яке соціальне середовище.

Вони настільки міцно заснувалися в повсякденності, що навіть уявити собі не можливо існування без них.

Широкі можливості засобів масової інформації викликають необхідність вивчати механізми їх функціонування і розвитку, ефективність впливу на підростаюче покоління.

Телебачення володіє великою перевагою: воно доступне, привертає свою увагу наявністю звуку, відеозображенням,

оперативністю, масовістю. Інші засоби масової інформації нездатні все це об'єднати в собі, так газети представляють друковану інформацію, радіо звукову, отримуючи цю інформацію суспільство вимушене саме «додумувати», «домальовувати» додатково до того, що вони отримали, щоб відтворити повне уявлення про отриману інформацію. Вплив телебачення настільки значний, що це необхідно усвідомити суспільству і державі.

На відміну від традиційного підходу до вивчення ефективності засобів масової інформації, обмеженого аналізом споживання аудиторією масової інформації, при якому вимірюються головним чином масштаби «охоплення» газетами, радіо і телебаченням багатомільйонних аудиторій, системний підхід дозволяє визначити, що масштаби реального впливу засобів масової інформації на соціальну активність особистості поки ще далекі від очікуваного.

Неможливо переоцінити вплив сучасних засобів масової інформації на формування підростаючого покоління.

У зв'язку з прогресуючою «технологією життя», початком «комп'ютерного віку» у країнах Заходу не припиняється потік літератури, яка розглядає проблеми виховання дітей та підлітків в цих умовах. Нові технології, насамперед мікроелектроніка, глибоко впроваджуються у виробництві, все активніше застосовуються у всіх типах навчально-виховних закладів, а також у сферах дозвілля дітей та підлітків [1].

Вік комп'ютера, незважаючи на ряд переваг, що він надає, породжує урбаністичне дитинство, негативно впливає на психологічний, емоційний та фізичний розвиток дітей. Проведення дітьми значної частини свого дозвілля вдома, біля телевізора веде за собою погіршення стану здоров'я, зниження інтересу до читання, спорту, до активних форм використання вільного часу, що призводить до формування пасивності, байдужості тощо.

Аналізуючи молоде покоління післявоєнного періоду, деякі західні педагоги, зокрема німецький професор Р. Вінкель (Західний Берлін), називають покоління молодих, що вступило в життя після 70-х років, «покоління електроніки і засобів масової інформації», на відміну від покоління «економічного буму» 50-х – початку 60-х років ХХ століття («діти споживання»), періоду після 1960-х років («діти кризи»). Покоління 1970-х і наступних років, за Вінкелем, це – «не діти». Жодне з поколінь не відчувало стільки страху, жахів, незгод, скільки довелося відчути сучасному поколінню молоді.

У вік електронних засобів масової інформації втратили відмінність періоди дитинства і дорослого життя. Поява телевізора перетворила, як стверджується, культуру в «емоційне споживання» кадрів, які змінюються на екрані кожні три секунди.

Підраховано, що за перші п'ятнадцять років підліток проводить біля телевізора 16 годин за тиждень, причому в кожній програмі він бачить як мінімум три сцени насильства. За свідченням нейропсихологів, це справляє надмірний вплив на праву півкулю, пов'язану з одностороннім візуальним сприйманням зовнішнього світу, куди і переміщується активність дитини. В той же час виключається ліва півкуля, де розміщені центри мислення і мови.

Дослідження, проведені у ряді країн з метою вивчення ступеня «споживання» дітьми телепередач, показали, що перші контакти з телебаченням діти мають уже у віці двох років. У віковій групі трирічних вже 60 відсотків дивляться телепередачі більш або менш регулярно. Як свідчать вчені, занадто великою є участь у регулярному перегляді телепередач дітей у віці від трьох до шести років.

Опитування, проведені серед школярів, свідчать про те, що 90 відсотків учнів дивляться відеофільми, причому деякі з них – до 20 фільмів на тиждень, в тому числі

заборонених для їх віку. Дослідженнями виявлено тісну залежність між тривалим сидінням перед телевізором й поганою успішністю в школі.

Як відмічають спеціалісти-медики, відверто непристойні відеофільми, фільми жаху тощо небезпечні для дітей з високою збудливістю. Пристрасть до таких відеофільмів провокує асоціальну поведінку, агресивність, жорстокість, вандалізм, злочинність. Це призводить до серйозних патологічних наслідків.

Нині індустрія розваг, на жаль, продовжує спрямовувати засоби масової інформації на формування у молоді соціальної, політичної і духовної адаптації, пасивності, примітивних смаків, інтересів і потреб, зневажливого ставлення до справжньої культури, до історії, сучасних досягнень людської цивілізації.

Серйозно турбує і те, що сучасна молодь більше уваги приділяє «агресивним формам культури», які розповсюджуються зі швидкістю епідемії завдяки поширенню засобів масової інформації. А книга як джерело духовного розвитку відступає на другий план.

Так, в Україні, за даними соціологічних опитувань останніх років, у бюджеті вільного часу молоді книга займає лише п'яте місце, переважають сучасна музика, спілкування, телебачення, заняття за інтересами. У загальному обсязі читання старшокласників класична література займає лише 4,5 відсотка.

Проблема «дитина – телевізор» ще не вивчена достатньою мірою. Хоча в цьому напрямку у ряді країн і ведуться серйозні психолого-педагогічні та медичні дослідження, але справжньої науки, пов'язаної із впливом всіх засобів масової інформації на процес соціалізації дітей, духовне, емоційне та моральне формування, ще не створено. У комплексі мір важливе значення має особистісний приклад батьків, їх ставлення до проблеми «споживання» телепередач, посилення виховного впливу

сім'ї в цьому плані.

Серйозною проблемою є те, що за рахунок часу, проведеного біля екрана комп'ютера чи телевізора, зменшується час фізичної активності. Окрім того, реклама неякісних, неповноцінних харчових продуктів, розміщена в засобах масової інформації, сприяє збільшенню їх вживання дітьми та підлітками, що підвищує ризик захворюваності на ожиріння [2].

Тому, педіатри мають допомагати батькам і дітям, заохочуючи до користування засобами масової інформації без шкоди для здоров'я та закликаючи батьків запобігати виникненню проблем «кіберпереслідування», «Facebook-депресії», секстингу (відправлення повідомлень сексуального характеру), впливові небажаного контенту, зменшенню фізичної активності та збільшенню споживання неякісних продуктів.

За останніми дослідженнями, перевагами використання дітьми та підлітками різних форм соціальних засобів масової інформації в повсякденній діяльності є розширення кругозору і допитливості спілкування, створення соціальних зв'язків і навіть набуття технічних навичок[3].

У виховному плані дослідники виділяють значущі наступні функції засобів масової інформації:

- рекреативна – визначає проведення часу дозволяючи як групове, так і індивідуальне;
- релаксаційна – знімає відчуття самотності, служить засобом відволікання при ускладненнях у спілкуванні;
- інформаційно-пізнавальна – преса, телебачення, радіо, кіноорієнтовані на потребу людей в отриманні різноманітних фактів і даних про цікаві явища та суспільні події;
- розважально-компенсаторна. Відпочинок перед телеекраном, в кіно, з журналом в руках дозволяє розслабитися після трудового або навчального дня,

змінити емоційний фон і одночасно отримати заряд відсутніх в реальному житті яскравих відчуттів, вражень. Ця функція засобів масової інформації особливо значуща для підліткового і юнацького віку;

- фонова – радіо, телебачення, звукозапис дозволяють багатьом людям уникнути самотності. Єдина в сім'ї дитина, готує уроки в порожній квартирі під звуки блакитного екрану або магнітофона – явище, що давно вже стало звичним.

Також, за даними статистики, можна сказати, що засоби масової інформації – великі і впливові системи, що знаходяться в постійному розвитку. Вони все частіше і частіше стають бібліотекою знань не тільки для дітей та підлітків, але і для всіх людей, які потребують отримання інформації. Під їх впливом з кожним днем додаються тисячі людей.

Діти та підлітки, як самі психологічно-незахищені, більше інших схильні до впливу засобів масової інформації: зробити своїми «заручниками» не складає особливих труднощів, всесвітня павутина і віртуальна реальність роблять їх «мешканцями» інших світів. Але з іншого боку, дозволяють, об'єднавши кожного з кожним, роблять світ тісніше, знищивши географічні, соціальні та національні бар'єри.

Тому, педагогам спільно із засобами масової інформації слід спрямовувати свою роботу на розвиток і виховання дітей та підлітків, набуття ними суспільного та культурного досвіду.

Література:

1. Пальчевський С.С. Соціальна педагогіка: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2005. – 560 с.

2. Проблеми впливу засобів масової інформації на дітей і підлітків. Рекомендації Американської академії педіатрії. – Режим доступу: <https://d-l.com.ua/ua-issue-article-129>.

3. Щекотуров А.В. Социализация подростков в эпоху средств массовой коммуникации // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер.: Социальные науки. – 2011. – № 1 (21). – С.100.

Конструювання ідентичності у просторі міста
Болсун Анна Андріївна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

До недавнього часу, при розгляді численних факторів, що становлять у сумі міське середовище, мало уваги приділялося саме зовнішнім виглядам міських просторів, споруд, елементів малої архітектури, що представляє візуальне комунікативне середовище міста. В даний час дана область вивчення набула особливої значущості, в силу зростаючої уваги до дослідження візуальної культури, візуального мислення і візуальності в цілому.

Навколишнє середовище і самосвідомість людини діалектично взаємопов'язані між собою. Міський простір є соціальним конструктом, оскільки певною мірою формується під впливом процесів, що протікають в даний момент в суспільстві. І в той же час, простір впливає на суспільні відносини, наприклад, формуючи моделі поведінки, впливаючи на соціальне самопочуття і установки городян.

Простір міста є відображенням своєрідного способу життя кожної історичної епохи, суспільного світогляду, при цьому акумулюючи соціальну інформацію і сприяючи культурну інтеграцію городян. Фізичний простір міста може сприяти виникненню почуття комфорту, гармонії, задоволеності людиною навколишнім середовищем, або навпаки, може викликати почуття відчуженості, що веде до соціальної аномії. В даний час рівень дослідження і розробки проблем взаємозв'язку простору з поведінкою людей, з їх сприйняттям цього простору і формуються простором соціальними моделями поведінки недостатньо високий, проблема вимагає великого дослідження і подальшої розробки.

Місто – це не тільки специфічно організований простір,

це і складне соціальне співтовариство, яке здійснює свою життєдіяльність в даному просторі. Культурну специфіку кожного конкретного міста можна охарактеризувати лише за допомогою мозаїки (системи) образів та ідентичностей. При цьому нерідко локальні образи і конкретні описи окремих локусів міського простору мають більше для розуміння його культурної специфіки, ніж якісь загальні культурні формули.

Сучасна антропологія міста несе важливу соціальну функцію, бо все очевидніше потреба в осмисленні соціальних і культурних змін, які відбуваються в українському суспільстві, все більше затребуваною стає необхідність вироблення деяких механізмів громадянської консолідації, які б дозволяли інтегрувати міські спільноти і знижувати конфліктний потенціал, що посилюється в процесі глибоких соціальних змін. Жителі міст самі починають створювати інформаційні ресурси, які характеризують міську історію та сучасні міські реалії.

Історія розвитку міста, особливості формування його населення, етнічний і соціальний склад мешканців, особливо міського середовища – все це накладає свій відбиток на просторову ідентичність [1].

Американський психолог Г.Прошанський визначав просторову ідентичність як інкорпорацію індивідом місця, території у широку концепцію власного «я», як попури спогадів, інтерпретацій, ідей і почуттів по відношенню до фізичного простору, певних місць і типів місць [2].

У суспільній (зокрема соціальній) географії поняття просторової ідентичності тісно пов'язане з поняттям територіальної спільності людей (регіональний, локальний соціум, місцева громада та ін.), що являють собою спільноти, члени яких пов'язані узами загальних відносин до території, на якій вони проживають, і тих відносин, які витікають з факту проживання на спільній території [3].

Література:

1. Калачева О. Общие и общественные вещи современного города// Неприкосновенный запас. – 2007. – № 5 (55).
2. Proshansky H. M., Fabian A. K., Kaminoff R. Place identity: Physical world socialization of the self // Journal of Environmental Psychology. – 1983. – №3(1). – P. 57-83.
3. Гукалова І. В. Допитання осмислення територіальної ідентичності у сучасній соціальній географії // Регіональні проблеми України: Географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Збірник наукових праць за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конференції (8-9 жовтня 2015 р., Херсон). – Херсон: ПП Вишемирський, 2015. – С.129-135.

**Репрезентації «краси» у міському просторі
Бузук Дар'я Сергіївна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.**

У сучасному суспільстві краса як атрибут тілесності розглядається як проекція станів та форм комунікативних репрезентацій тіла, як знак та символ. Краса сьогодні – це перш за все товар, який постійно піддається різного роду маніпуляціям, які мають на меті лише відповідність прийнятним в суспільстві канонам (стандартам). Сучасне суспільство споживання в системі значущих цінностей, що активно пропагуються засобами масової комунікації, одне з перших місць віддає ідеальному, вічно молодому, стрункому та підтягнутому тілу, яке є еталоном успішності, життєвої спроможності, щастя та задоволеності собою. Культ досконалого тіла перетворився на масове прагнення та бажання індивідів відповідати існуючому в суспільстві тілесному канону. Зрозуміло, що маючи таку значущість, тілесна краса має свої репрезентації у різних просторах, в тому числі й міському. Отже, актуальності набуває вивчення різноманітних репрезентацій краси у просторі сучасного великого міста.

Щодо теоретичних інтерпретацій концепту «тілесна

краса», відзначимо визнаного дослідник суспільства споживання Ж. Бодрійяра, який відзначає, що краса більше не є результатом природи або доповненням до моральних якостей. Ця основна, неминуча властивість тих, хто доглядає за собою, за своєю фігурою. Знак обрання на рівні тіла означає те ж, що і успіх на рівні справ. Краса, як зазначає філософ, є таким абсолютним імперативом тільки тому, що вона є формою капіталу [1]. Етика краси може бути визначена як редукція усіх «споживних цінностей» тіла до функціональної «мінової цінності», яка містить в собі одній, в абстракції, ідею прославленого, досконалого тіла, внаслідок цього заперечує і забуває реальність споживчих цінностей, щоб вичерпатися в обміні знаків. Згідно Ж. Бодрійяру, можна бачити, що нині у відношенні до тіла важлива «функціональна краса», коли зовнішня привабливість служить і відображенням внутрішніх якостей індивіда, які сприяють зростанню його конкурентоспроможності на ринку комунікацій. Наприклад, для успішного менеджера гнучке, підтягнуте, здорове тіло сигналізує бізнес-партнерам і працедавцям про його ділові якості [1].

Ще одним автором, на поглядах якого потрібно зупинитися, є Ж. Ліповецькі. На його погляд, нині доречно говорити про існування неусвідомленої, але зримої ідеології, яку можна назвати «культуою прекрасної статі». Її зміст виглядає наступним чином: немає нічого природнішого і правильнішого для жінки, ніж піклуватися про свою зовнішність і привабливість в очах оточення. Отже, оскільки догляд за собою вимагає витрат та зусиль, остільки і отримала розвиток індустрія краси, особлива ніша суспільства споживання, в якій об'єктом стає саме людське тіло [2]. Бум жіночої краси, за Ж. Ліповецькі, стався у ХХ столітті, упродовж якого преса, реклама, кінематограф, фотографії моделей уперше розповсюдили норми і ідеальні образи представниць жіночої статі в

грандіозних масштабах. Лише за одне століття культ прекрасної статі набув небувалого соціального масштабу: настала ера сприйняття його широкими масами. Бурхливий розвиток як промислової, так і пов'язаної із засобами масової інформації культури зробив можливим початок нової стадії в історії прекрасної статі: стадії ринкової і демократичної. Як зазначає французький соціолог, сьогодні ми спостерігаємо кінцеву стадію розвитку краси в тому сенсі, що втратили силу усі давні обмеження на її поширення: усі минулі обмеження (вікові, статусні) повністю зняті. На основі професійного відношення до естетичного ідеалу і масового споживання зразків краси і косметичної продукції відкрився новий цикл її історії. Індустріалізація краси і підпорядкування її законам ринку, повсюдне поширення норм і естетичних зразків жіночності, нові види професійної діяльності, що виникли завдяки красі, зникнення теми рокової краси, фантастична кількість засобів і способів догляду за обличчям і тілом - сукупність усіх цих явищ якраз і виступає основою для уявлення про новий етап в історії жіночої краси. Ж. Ліповецькі стверджує, що надбання краси тепер не мислять без стрункості, без обмежень в харчуванні і зайнятті фізичними вправами. Соціолог робить висновок про те, що якщо мода відносно одягу стає все менш наполегливою і їй відводиться у бюджеті усе менше місця, то критерії краси тіла заявляють про свою урочистість з подесятереною силою [2].

Оцінює і говорить про розвиток феномену «тілесної краси» Вінфрід Меннінгхаус у статті «Ціна краси: користь і шкода її обожнювання». Він відмічає, що краса, визнана усіма, служить сьогодні універсальним символом щастя: більше шансів знайти кращого партнера, легше влаштуватися на роботу і завоювати соціальний престиж і т. д. [3, с.182]. З цієї причини все більша кількість людей працює над поліпшенням своєї зовнішності, тобто бере

на себе «керівництво еволюцією», за допомогою роботи над власною зовнішністю заміняючи природу. Власне тіло оголошується невдалим зразком, який необхідно переробити. В. Меннінгхаус підсумовує, що перетворення власного тіла у предмет затратної обробки робить гіпертрофований «ідеал тілесності» джерелом все більшого незадоволення собою. Будь-який успіх у створенні краси знищується черговим вигином більш тонкої експертизи: така експертиза виключно негативна: вона завжди вказує на недоліки, і ніколи – на переваги [3, с.185].

Отже, краса є соціокультурним конструктом, який репрезентує естетичні уявлення суспільства /культурних експертів та виявляє себе у просторі міста у різних модальностях: візуальній, соматичній, матеріальній (об'єктній). Розглянемо певні з них. Отже, візуальна репрезентація краси у просторі міста втілюється в першу чергу у багаточисельній рекламі, на якій представлені канонічні тілесні образи жінок/чоловіків. Саме завдяки рекламі, природний тілесний «каркас» існує в постійному прагненні досягти візуального втілення тіла-макету, під яким Е. Гі Дебор і Ж. Ліповецьки наприклад розуміють «зірку» як видовищну репрезентацію живої людини [4, с.4]. Саме вторинний дискурс реклами (за М. Фуко) відсилає глядача до прихованих смислових кодів, неявних ієрархій, тобто реклама є своєрідним ідеологічним конструктом, кодом, який вибудовує систему символічних цінностей даної культури, до яких належить і її тілоцентричність.

Говорячи про експлуатацію образу людського тіла, неможливо не зачепити гендерну проблематику. Велика кількість рекламної продукції, представленої на вулицях міста (різноманітні білборди, сітілайти та ін. носії), демонструється саме на фоні красивих жінок, частин жіночого тіла або цілому жіночому тілу. Красивому жіночому тілу в рекламі відведена роль каталізатора потреби покупців і стимулювання продажу товарів і послуг. Реклама, на якій

представлені чоловічі образи, лише починає «заходити» у простір міста. Отже, характеристиками сучасної реклами є ювенілізація і еротизація, що виражаються в рамках концепту краси та втілюється в імперативі юності, худорлявості, сексуальності, що в кінцевому підсумку визначає споживчі практики жінок на ринку одягу і взуття та індустрії краси.

Соматична репрезентація краси виявляється через прогулянки центром міста (фланірування), сидіння в кафе. Фланірування – це саме прогулянка, коли людина не поспішає, а гуляє містом. Фланер, як персонаж сучасної культури був раніше описаний в соціологічній літературі В. Беньяміном. Сучасний дослідник В. Вахштайн зауважує, що фланер є особливим соціальним типом, характерним для мегаполісу, саме в ньому виразно проступають не тільки специфічні риси поведінки людини в міському середовищі («відсторонений спостерігач»), а й специфіка взаємодії з цим середовищем, можливості впливу середовища [5]. Тобто у цьому випадку тілесна краса проявляється через візуальну презентацію себе. Тіло є засобом комунікації, через який люди передають великий обсяг інформації про себе оточуючим.

Матеріальна (об'єктна) репрезентація тілесної краси: салони краси, б'юті-бари, фітнес-центри, багаточисельні косметичні магазини. Окрім традиційних салонів краси, в останні роки з'явився новий тренд в міському світі краси – це б'юті-бари. Поняття б'юті-бару зародилося в США ще в 90-х роках минулого століття. Їх особливість полягає в обмеженому спектрі послуг, а основна відмінність б'юті-барів від салонів краси – більш вузька спеціалізація і висока швидкість виконання. Б'юті-бари розраховані на представниць/представників середнього класу та користуються популярністю серед молодих, активних, успішних городян.

Щодо гендерного аспекту, зазначимо у якості тренду

появу суто чоловічих осередків краси у великому місті. Так, наприклад, в Парижі увесь низовий рівень торгівельного центру ВHV віддали чоловікам: величезне приміщення відведено під товари для ремонту, чоловічий одяг та грумінг (традиційний перукар, відділ засобів по догляду за тілом та обличчям, невеликий спа-салон, де покупці можуть зробити манікюр, масаж або замовити косметичні процедури). Все частіше відкриваються спеціалізовані магазини для чоловіків. Як зауважує Л. Уейнс, засновник The Refinery (імперія чоловічої краси): «за останні роки чоловіки стали сміливішими. Бути постійним відвідувачем салону – престижно. Конкуренція на роботі стає все жорсткішою, і чоловік просто зобов'язаний гарно виглядати. Шматка мила для цього вже недостатньо» [6]. Активно відчиняються спа-центри для чоловіків. Наприклад, в США більшість з них оформлені в «традиційному» чоловічому стилі, клієнти можуть дивитися футбол та пити пиво, поки їх обслуговують. Щодо України, то новим трендом є спеціалізовані заклади барбершопи. «Barbershop», у дослівному перекладі з англійської мови означає «магазин для бороди», а у сучасній інтерпретації це повноцінний салон краси для чоловіків. Для України барбершопи – це добре забуті місця зі своїми традиціями і атмосферою – голярні. Так, саме такі, які була на початку минулого століття, в якій чоловіки (виключно чоловіки) обслуговуються професійними голярами. На сьогоднішній день, по своїй суті, барбершоп – це поєднання голярні та сучасної перукарні, але яка принципово не працює з жінками (або працює в окремому залі). У таких закладах, зазвичай, пропонуються дорогі послуги по догляду за волоссям і бородою. Часто такі салони пропонують гоління небезпечною бритвою, що має залучати «справжніх чоловіків», бажаючих отримати особливі відчуття, або котрі просто бажають долучитись до старовинної традиції. Популярність барбершопів в

Україні почала зростати з 2010-2011 років, коли з'явилися перші класичні чоловічі перукарні. Заклади у форматі закритого чоловічого клубу виявилися затребуваними у чоловіків, які «втомилися» бути клієнтами перукарень, де безроздільно «правлять» жінки.

Таким чином, міське середовище є «тілесно наповненим». Щільність контактів у транспорті, магазинах, на вулицях створюють ефект постійної присутності тіла «іншого». При цьому, місто є простором репрезентацій саме красивого тіла, яке являє себе у візуальних, соматичних, матеріальних проекціях.

Література:

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры.– М: Культурная революция, 2006. – 272 с.
2. Липовецкий Ж. Третья женщина.– СПб.: Алетейя, 2003. – 512 с.
3. Меннингхаус В. Цена красоты: польза и вред ее обожания // Логос. – 2009. – № 4-5 (72). – С.117-185.
4. Амеліна С.Б. Конструювання образу людської тілесності у смисловому полі масової культури // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Філософія, соціологія, політологія. –2014. – Т. 22, вип. 24 (2).– С. 3-8.
5. Вахштайн В. Места большого города. К изучению социальной логики «Охотного ряда». – Режим доступа:www.prognosis.ru/research/vachstein.doc (дата звернення: 04.04.2018).
6. Тангейт М. Рынок мужской косметики // Мужские бренды: Создание и продвижение товаров для сильного пола.– М.: Альпина Паблишер, 2010. – С. 20-40.

«Місця пам'яті» в міському просторі

Віценко Катерина Сергіївна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара.

Міський простір є інтерактивним полем, де людина реалізує різноманітні соціальні та культурні практики. У процесі взаємодії міського простору та людини створюються певні об'єкти та місця, що допомагають інтерпретувати місто та виявити його характерні риси.

Говорячи про місця пам'яті, варто зазначити, що вони є втіленням своєрідних механізмів фіксації, збереження, передачі та актуалізації культурних смислів та символів. Саме завдяки культурним смислам формуються пам'ятні місця, які перетворюються у важливі для суспільства символи.

Місця пам'яті у містах здебільшого представлені у вигляді меморіалів, назв вулиць, різноманітних споруд та будівель. Оскільки місця пам'яті зберігають у собі інформацію про минуле народу, його звичаї, традиції, то їх можна вважати символічними місцями. Тобто, місця пам'яті концентрують у собі символічні значення, які сприймаються соціальними спільнотами та мають важливе значення для них.

Поняття «місця пам'яті» в науковий обіг було введено французьким істориком П'єром Нора. Він є автором концепції «місць пам'яті», згідно з якою колективна пам'ять має своєрідні точки локалізації, тобто місця, де пам'ять концентрується та репрезентується. Такими місцями, на його думку, можуть бути будівлі, споруди, ландшафтні об'єкти, а також люди, події, традиції тощо. Пам'ятні місця виконують функцію збереження колективної історичної пам'яті, а також формування групової ідентичності. Також П. Нора розрізняє феномени «місця пам'яті» та «меморіали» [1, с.107]. Вчений вважає, що «меморіали» – це офіційно створені об'єкти матеріального світу, що спрямовані на збереження пам'яті (назви вулиць, пам'ятники, комплекси споруд тощо). «Місця пам'яті», на його думку, більш широке поняття, адже включає в себе матеріальні об'єкти пам'яті та абстрактні, ідеальні сховища інформації [1, с.108].

Місця пам'яті можна розглядати як механізм передачі історичного досвіду від покоління до покоління. Важливі історичні факти про минуле закарбовуються, закріплюються на матеріальних носіях, тобто у вигляді

різноманітних пам'ятників, архівів, музеїв, а також кінодокументів, назв географічних об'єктів тощо. Однак, М. Хальбвакс виражав думку про те, що існування місць пам'яті позбавляє людей необхідності пам'ятати, адже наявність своєрідних сховищ історичних знань зберігає інформацію без участі самої людини [2, с.56]. Проте слід зазначити, що місця пам'яті створюються людьми, тому вони та ті смисли, якими вони наділяються, залишаються у людській пам'яті та передаються наступним поколінням.

Місця пам'яті слід тлумачити ширше, ніж просто географічні об'єкти. Ними також можуть бути події, люди, книги та інші предмети, які зберігають інформацію про минуле та концентрують у собі символічне відображення історичних фактів [2, с.56]. Отже, місцем пам'яті може бути будь-який матеріальний або нематеріальний об'єкт, який пов'язаний з певним історичним образом та який сприяє процесу рефлексії свого минулого суспільством.

У сучасному світі важливого значення набуває візуальна культура. Соціальні науки все більш поглиблено вивчають візуальні джерела інформації, адже вони досить яскраво репрезентують події минулого та сьогодення, а також дозволяють визначити їхній вплив на сучасні суспільні настрої. Можна сказати, що місця пам'яті концентрують у собі не лише історичну інформацію, а й символічне значення. У цьому контексті актуальним стає семіотичний підхід, який досліджує знакові та символічні системи. Згідно з семіотичним підходом, місця пам'яті у міському просторі виступають як візуальні джерела репрезентації минулого. Вони складають систему своєрідних знаків, за допомогою яких можна «прочитати» історію міста, країни та народу. Такі місця репрезентують соціальні, культурні та історичні процеси, які відбувалися у місті протягом його існування, а також накопичують культурно-історичний досвід нації [3].

Таким чином, в підсумку, ми відзначаємо, що, «місця

пам'яті» (в інтерпретації французького дослідника П. Нора) – це своєрідні культурні осередки, що містять у собі певні історичні факти. Місця пам'яті виконують функцію збереження, передачі історичного досвіду, а також репрезентації особливостей суспільства, якому вони належать. У міському просторі місця пам'яті виступають у вигляді пам'ятників, меморіалів, архітектурних споруд, будівель та назв вулиць, міст та інших географічних об'єктів. Місця пам'яті у міському просторі необхідно розглядати як тексти, символічні та знакові системи, які дозволяють «читати» простір та інтерпретувати його.

Література:

1. Любовець О.М. Місця пам'яті: інструменталізація поняття // Національна та історична пам'ять: Збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 5. – С. 107-112.
2. Шеуджен Э.А. «Места памяти»: модная дефиниция или историографическая практика? – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/mesta-pamyati-modnaya-definitiya-ili-istoriograficheskaya-praktika>
3. Кашкабаш Т.В. Интерпретация городского пространства в современных условиях. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-gorodskogo-prostranstva-vsovremennyh-usloviyah>.

Історична пам'ять в міському просторі як об'єкт соціологічного аналізу

Жарко Ярослав Юрійович, студент 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Виходячи із семіотичного підходу при дослідженні міста, з його акцентом на знаковості фізичних об'єктів, можна стверджувати про існування конкретних точок або композицій в міському просторі, які на символічному рівні транслюють повідомлення про певні сконструйовані варіації образу минулого. Виникає гносеологічна потреба у соціологічному розгляді даної проблематики, зокрема

у фіксації та аналізі «місць пам'яті» як трансляторів історичної пам'яті, що локалізовані в міському просторі.

Сукупність всіх фізичних об'єктів міста, які відносяться до місць пам'яті ми зводимо під загальним поняттям – «ландшафти пам'яті» міського простору. Вітчизняна дослідниця А.М.Киридон визначає дві моделі даного концепту. «Ландшафт пам'яті» у ментальному вимірі, як певна територія пам'яті, наповнена різноманітними смислами та образами пов'язаними з процесом та результатом пам'ятання (спогади, архетипи). «Ландшафт пам'яті» у прикладному (фізичному) вимірі, як конкретні обриси та маркери місцевості (місця, фізичні об'єкти), що формують образи пам'яті й створюють підстави для реконструкції минулого [1, с.78-81]. З огляду на наш дослідницький вектор, ми розуміємо «ландшафт пам'яті» виключно в рамках прикладного виміру.

У рамках «ландшафтів пам'яті» як сукупного поняття виділимо елементи в міському (фізичному) просторі, які входять до нього. По-перше, ми визначаємо меморіали та топоніми, що являються концентричними та найбільш очевидними об'єктами, які, в першу чергу, пов'язані з трансляцією історичної пам'яті. Так, специфіка меморіалу як ландшафту пам'яті пов'язана з його матеріалізованістю в фізичному просторі, та можливістю на символічному рівні транслювати різні варіації знаків пов'язаних з певною моделлю історичної пам'яті, тим самим виконуючи свою головну функцію – комеморативну (об'єднання, інтеграція), яка може бути направлена на конкретні соціальні групи (адресна специфіка). Дослідник А. І. Макаров основуючись на семіотичному підході вказує, що пам'ятник – матеріалізований символ, який набуває своєї знаковості в ситуації активізації тих елементів історичної пам'яті, які здатні забезпечити ідентичність через відсилання до символів групової єдності [2, с. 20-21].

Топоніми, в свою чергу, позбавлені реальної

матеріалізованої представленості в місті, і на відміну від меморіалів не пов'язані з коммеморативними практиками соціальних суб'єктів навколо них. Проте вони не позбавлені значущості як транслятора історичної пам'яті, певною мірою навіть сильніший і ширший у порівнянні з меморіалом, оскільки більш глибоко включені в буденність мешканців міста. Так, вітчизняний вчений В.В. Середа зазначає, що меморіали у випадку відсутності коммеморативних заходів коло них, або якщо не включені в громадське життя міста, можуть стати «німими» об'єктами міського простору, втративши функцію трансляції минулого. Водночас топоніми більш інтегровані в буденність мешканців міста, які часто до них звертаються коли заповнюють документи, просять водія зупинитися, пояснюють місце знаходження певних об'єктів [3, с. 87-89].

Також, як специфічний ландшафт пам'яті, ми виділяємо знакову та стильову специфіку архітектурного простору, особливістю якого являється їх представленість у вигляді свідка певного історичного періоду. Тобто, мова йде про відносно стійкі об'єкти міста: малі та великі архітектурні форми (будинки), композиція об'єктів (міні-простори міста), їх стиль та наявність в їх екстер'єрі або коло нього відносно нестійких об'єктів: знаки, емблеми, прапори, плакати, постери, банери, вивіски тощо). При потенційному переході до нової епохи, з новими соціальними реаліями, певні (збережені) знаки та стилі архітектурних об'єктів стають місцями пам'яті, які транслюють символіку того історичного часу в якому вони були збудовані. В книзі соціолога М. Вільковського «Соціологія архітектури» підкреслюється, що архітектура не тільки формує зручний простір для життя, а й створює певні закодовані специфічною мовою форм повідомлення, які дають змогу людині орієнтуватися в фізичному і культурному просторі. Елементи минулого архітектурного простору утворюють у місті подобу певних геологічних шарів. Присутність

в місті шарів з різними історичними періодами створює ефект безперервності людської культури [4, с. 200-206].

Таким чином, в рамках аналітичного огляду історичної пам'яті в просторі міста як об'єкту соціологічного аналізу, ми визначаємо ландшафти пам'яті як просторові точки трансляції історичної пам'яті, які локалізовані в міському просторі на фізичному та символічному рівні. Елементами ландшафтів пам'яті міста ми визначаємо: меморіали, топоніми, знакові та стильові особливості архітектурного простору.

Література:

1. Киридон А.М. Ландшафт пам'яті: концептуалізація поняття // Національна та історична пам'ять. – 2013. – №6. – С. 77-86.

2. Макаров А.И. Феномен памятника в современной культурной ситуации: дисфункция коммеморации // Память и памятники. – 2012. – №3. – С. 19-29.

3. Середа В.В. Місто як lieu de mémoire: спільна чи поділена пам'ять? Приклад Львова // Вісник Львівського університету. – 2008. – №2. – С. 73-99.

4. Вильковский М. Историко-генетический метод А.В. Иконникова // Социология архитектуры / подред. И. Попова. – М.: Фонд «Русский авангард», 2010. – С. 197-213.

Безробіття в умовах сучасного великого міста: соціологічний аспект

Замковий Максим Юрійович, студент 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

На сьогоднішній день розвиток сучасних міст обумовлений тими чи іншими технічними зрушеннями та перебудовою економіки. У таких містах зручно організувати торгівлю, виробництво, створювати освітні, культурні, наукові комплекси тощо. Як правило, у великих містах високий рівень продуктивності праці. Проте й високий рівень безробіття. Рівень безробіття – це кількісний показник, який визначається як відношення

кількості безробітних до загальної чисельності економічно активного працездатного населення країни (регіону, соціальної групи), тавимірюється увідсотках. За 2017 р. в Україні він складав від 9,7 % до 10,5 % за даними держкомстату [1]. Чисельність безробітного населення розраховується за методологією Міжнародної організації праці. Відповідно до цієї методології людина визнається безробітною, якщо вона протягом чотирьох тижнів: не мала роботи, шукала роботу, була готова стати до роботи. Зауважимо, що цей показник істотно відрізняється від кількості офіційно зареєстрованих безробітних. За даними Держкомстату, у березні 2018 р. на одну вакансію претендувало чотири особи працездатного віку.

Проблема хронічного безробіття є дійсно гострою, вона може тягнути за собою різні варіанти деструктивної поведінки: від алкоголізму і суїциду до злочинних дій. Безробіття економісти вважають важливим стимулятором активності працюючого населення, але у реальному житті – це велике суспільне лихо. Воно призводить до найтяжчих негативних соціально-економічних наслідків. Високий рівень безробіття призводить до соціальної напруги і погіршення рівня життя людей, заподіює економічні, демографічні та соціальні втрати для суспільства.

Щодо показників групи безробітних, зареєстрованих у Державній службі зайнятості, станом за даними Держкомстату у 2017 р. 21% раніше були зайняті в державному управлінні, обороні, обов'язковому соціальному страхуванні; 17% – у торгівлі й ремонті; по 13% працювали в сільському, лісовому й рибному господарстві або в переробній промисловості. 48% зареєстрованих безробітних мають вищу освіту, 34% – професійно-технічну, 18% – середню освіту [2]. Проте необхідно враховувати, що мова йде саме про зареєстрованих безробітних, значна ж кількість людей, які не мають роботи, не реєструються у Службі зайнятості, бо

працювали до цього нелегально, без оформлення. Так, у березні 2018 р. кількість безробітних в Україні сягає 1млн 700 тисяч осіб, при цьому наобліку в Державній службі зайнятості станом на січня зареєстровано 354 тисячі осіб, адопомогу побезробіттю отримують 284 тисячі осіб.

Як зазначає експертка, провідна наукова співробітниця Інституту демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України Л. Ткаченко, рівень безробіття у нас високий навіть не тому, що вакансій немає, а через те, що люди шукають собі роботу із хорошою зарплатою. Тому очікувати швидкого й значного зменшення рівня безробіття в Україні у найближчі роки не варто. Хоча й суттєво зростати він не буде, адже спостерігається скорочення кількості населення працездатного віку та деяке пожвавлення економіки [3].

У сучасних великих містах України явище безробіття залишається доволі актуальним. Певну частину безробітних складають випускники, які закінчили університет чи інший вищий навчальний заклад та не змогли вчасно влаштуватися на роботу. У 2017 р. рівень безробіття молоді зріс до 30%. Для порівняння, середній рівень безробіття молоді в Європейському Союзі у відповідному році становив 18,7%. Проте й професійна освіта не забезпечує належний перехід молоді до дорослого життя та конкуренції на ринку праці. У таких містах, як Київ, Одеса, Харків, Львів, Суми, Дніпро, за словами заступника голови Державної служби зайнятості Ю. Жовтяк, 80-90% безробітних звищою освітою [4].

Проте розвиток великого мегаполісу і забезпечення прийнятної якості життя його мешканців нерозривно пов'язаний з рівнем його соціально-економічного розвитку. Зростання безробіття в містах може бути джерелом серйозних соціальних і економічних проблем, до яких відносяться скорочення попиту на товари і послуги, додаткові витрати міських бюджетів, зростання

злочинності, кількості бездомних і жебраків в містах, деградація людського капіталу і зниження професійної кваліфікації безробітної частини населення. Вирішення цих питань забезпечує доходи міського бюджету, що в свою чергу покращує показники якості середовища проживання, підвищує попит на товари і послуги, що продаються в місті, стимулює активність бізнесу.

Література:

1. Рівень безробіття в 2017 р. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/2017>
2. Майже половина безробітних в Україні мають вищу освіту // Держцентр зайнятості. – Режим доступу: https://zik.ua/news/2017/09/13/mayzhe_polovyna_bezrobitnyh_v_ukraini_mayut_vyshchu_osvitu_derzhtsentr_1166939
3. «Рівень безробіття у нас високий не тому, що вакансій немає», – науковець. – Режим доступу: <http://expres.ua/news/2018/04/05/290337-riven-bezrobittya-nas-vysokyy-ne-tomu-vakansiy-nemaye-naukovec>
4. Ситуація на ринку праці України. Квітень 2018 р. – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Desktop/2._sytuaciya_na_rynku_praci.pdf.

Їжа в просторі міста: репрезентація гастрономічного
Івахненко Світлана Ігорівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Сучасній людській цивілізації властивий стрімкий рівень зростання процесів урбанізації. Коли ми говоримо про місто, неможливо не згадати про первісну потребу його мешканців – потребу в харчуванні. Багато хто з дослідників визнає, що їжа - дуже великий і комплексний об'єкт для наукового розгляду. Але помітити її вплив буває важко, адже харчові практики насправді вплетені в повсякденне життя на всіх рівнях нашого існування: у сфері тілесності, архітектури, громадських просторів, звичок і ландшафтів.

Простір мегаполісів буквально наповнений індустрією

харчування: різноманітні заклади, супермаркети, гіпермаркети, продуктові магазини, а також чималі заводи і підприємства з приготування продукції для них. Неможливо не згадати популярні на сьогоднішній день кулінарні вистави, гастрономічні екскурсії та масові кулінарні «вікенди» в міському просторі. Зрозуміло, що таке насичення їжі в нашому повсякденному житті обумовлене становленням епохи споживання, але це не єдина причина такого розповсюдження масових харчових практик. Однією з таких обумовленостей – є глобалізація, завдяки якій на полицях великих магазинів у будь-якому куточку світу можна побачити їжу з різних країн. Ресторани національних кухонь світу, які розповсюджені в містах – ще одне підтвердження того, що в сучасному мегаполісі існує безмежність смаків. Тим паче, що, наприклад, в Україні разом з тим зростає кількість ресторанних закладів, орієнтованих на будь-які верстви населення [1]. Загалом відомо, що через призму їжі можна чимало дізнатися про суспільство, про існуючу в ньому культуру, яка впливає на життя кожного з нас та яку ми кожного дня відтворюємо. Місто – це достатньо велике вмістище для репрезентації гастрономічної культури, яка включає в собі такі складові, як культуру приготування їжі, культуру її вживання та рефлексія з приводу перерахованого. Та як саме їжа транслюється в повсякденні мегаполісу?

Мало хто замислювався, скільки насправді потрібно приготувати їжі кожного дня, щоб задовольнити потреби городян. Варто зауважити, що людина постмодерну стала досить розбещеною у своїх харчових смаках та запитах щодо них. Новинки у сфері харчування з'являються саме на суспільний попит. Сьогодні ми так швидко отримуємо готову страву на своєму столі, в ресторані або вдома, на замовлення, що нам здається це п'ятихвилинний процес, і тому немає потреби думати про його приготування. Даремно, бо процес готування їжі в місті має набагато

більше зумовленостей та похідних.

Почнемо з того, що зростаючи з кожним роком урбанізація населення породжує збільшення витрат на забезпечення міста їжею [4]. Саме тому поширюються заклади суспільного харчування, які в свою чергу створюють нові робочі місця, даючи змогу працювати багатьом прошаркам населення. І такі заклади сьогодні стали відкритими, у порівнянні від тих, що існували кілька століть тому. Згадати хоча б процес приготування їжі в маєтку середньовіччя: закрита кухня з власними поварами, які приносять готові страви прямо на стіл господарю. Особливо, також, те, що рецепти тих страв були майже власним секретом повара. Подивімося на сучасну ситуацію: «власний» повар є тепер у кожного, хто приходить до ресторанного закладу, рецепти прописані в меню, а кухня, в свою чергу – відкрита в прямому сенсі цього слова.

Таким чином, приватне споживання їжі замінилося на публічне. Кажучи про культуру вживання їжі хочеться згадати про трансформацію вживання самої трапези. Ще зовсім недавно людина харчувалися вдома, готуючи з родиною на кухні. Зараз же – спільна трапеза, яка з початку існування мала функцію зближення, майже зникає. Причина цьому – розповсюдження публічних закладів, завдяки чому людина вже не планує свої прийоми харчування, бо в будь-який момент, де б вона не була в місті, може пообідати, повечеряти чи просто перекусити. Як пише Керолін Стіл, їжа, також, утворює новітні архітектурні типології міста [2].

На сьогоднішній день практично на кожному кроці є кафе, паби, ресторани з незвичним стилем, які стають частиною місцевого простору. Неможливо не згадати й про те, що їжа в сучасному місті стратифікує суспільство. Те, з чого складається наша трапеза і як вона оформлена на тарілці каже про наш економічний та культурний стан.

Не кожна пересічна людина може дозволити собі вечеряти у ресторані високої французької кухні, так само, як і представники вищого класу населення навряд чи підуть снідати до «закусочної». Тут варто додати, що популярними стали практики візуальної трансляції харчової культури, яка займає вагоме місце у медіа-просторі.

У цьому випадку велику роль грають соціальні мережі, завдяки яким індивід в будь-коли може завантажити фотокартку того, що і де він зараз споживає. У такий спосіб він або підкреслює своє положення в суспільстві або створює певний симулякр. Не менш значна в контексті висвітлення гастрономічної культури і зовнішня реклама в місті. Адже є велика різниця між рекламою продуктів у супермаркеті, за доступною коштовністю, і вивіскою з розкішною стравою у ресторанному закладі. В такий спосіб їжа починає виступати маркером культурної і соціальної приналежності, транслює соціальний статус, а також викликає так звану спокусу до споживання.

Стає зрозуміло, що їжа на сьогодні - це не просто «паливо», необхідне для роботи нашого організму, але й вправний фактор соціально-економічної, культурної диференціації, причому в різних масштабах, включаючи глобальний продовольчий ринок [3]. Можна навіть сказати, що в сучасному урбанізованому місті відбувається «царство їжі»: гастрономічна культура тут дуже помітно представлена у вигляді різноманіттю ресторанних закладів, продуктових лавок, кулінарних «уїкендах», мастер-класах з приготування страв, гастрономічних екскурсій тощо. Простір міста – чудове поле для соціологічного аналізу їжі, адже те, чим харчується мегаполіс презентує нам процеси, що в ньому відбуваються.

Література:

1. Малиновська О.Ю. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу // Географія та туризм. – 2014. – Вип. 28. – С. 125-131. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2014_28_20

2. Стил К. Голодный город: Как еда определяет нашу жизнь. –

М.: Strelka Press, 2014. – 456 с. – Режим доступу: <http://prochтение.ru/passage/27589>

3. Троцук И. Социологическая «калорийность»: кулинарное, культурное и пространственное «измерения» еды. – Режим доступу: <https://sociologica.hse.ru>

4. Урбанизация и АПК: новые возможности. – Режим доступу: <http://agroportal.ua/publishing/analitika/urbanizatsiya-i-apk-novye-vozmozhnosti/>

«Корейська хвиля» та її репрезентації у соціокультурному просторі міста

Калінчук Олена Андріївна, студентка 3-го курсу
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара.

Корейська хвиля або як її ще називають «Халлю» – поширення сучасної корейської культури по всьому світу. Зростання популярності даного явища спостерігалася в кінці 1990-х рр. Його відмінною рисою є поєднання в собі двох протилежних цінностей: традиційних східних і західних культурних. Іншими словами, «Халлю» – це синтез Заходу і Сходу, коли Південна Корея, піддавшись впливу Заходу, а саме США, ввбрала в себе західні стереотипи [1, с. 37]. Процес її поширення стали називати «корейською хвилею» або ж «бумом корейської культури». Її порівнюють з лихоманкою, яка вразила всю Східну і Південно-Східну Азію. Сьогодні вплив хвилі продовжує бути відчутнішим в Азії, Північній Америці, Латинській Америці, Європі, Близькому Сході та в Україні.

«Халлю» проявляється в поширенні моди на все корейське, включаючи музику, серіали та інші види розважальної корейської індустрії, корейську кухню і різні побутові предмети. Сучасні модниці переймають корейський стиль в одязі і техніки макіяжу. Однак, серед шанувальників корейської моди є не тільки молодь, є представники й інших вікових категорій і професій. Прихильників південнокорейської масової культури можна

відрізнити за особливими атрибутам: рюкзаки, футболки із зображенням улюблених корейських виконавців, логотипами груп або іншими речами корейського бренду, які привезли безпосередньо з Кореї. Це стало доступним завдяки сучасним технологіям і інтернет-магазинам.

Спочатку корейська хвиля була культурним явищем у конкретному регіоні, при цьому уряд Південної Кореї з кінця 1980-х рр. надавав велику підтримку розвитку культури, і, хоча успіх феномена Корейської хвилі не був спочатку запланований, проте зростання і вплив значно перевершили очікування. Все почалося з звичайних трансляцій південнокорейських серіалів – дорам. І на початку ХХІ ст. «корейська хвиля» була вже в самому розпалі. Вона в корені змінила сприйняття і загальний національний образ Південної Кореї. Сьогодні, Корея має, можливо, одну з найбільших історій національного успіху ХХ ст. [3, с. 116]

Отже, «Халлю» умовно ділять на два популярних напрямки: дорами (серіали) і К-рор (музика). Кожне з яких має мільйони шанувальників у всьому світі, представників цих напрямів називають «дорамщики» і «к-попери». Також усередині напрямків існують мережі фан-клубів, так, найчисленнішим за кількістю фан-клубів є К-рор. Адже найголовнішим фактором популярності корейської музики є її спрямованість на фанатів. Так само існує офіційна система фан-клубів – фандоми, які, найчастіше, мають свої назви і відмінні кольори.

Безліч фан-клубів, зустрічей, об'єднань виникло по всій Україні. Найпопулярніше місце зустрічі фанатів корейської культури – це «К-рор party», на якому фанати можуть насолоджуватися улюбленою музикою і спілкуватися зі своїми однодумцями. Кілька разів на рік ці зустрічі проходять в Дніпрі, Харкові та в інших містах України. На даний захід вільно може потрапити кожен. Ще одним проявом даної «хвилі» в міському просторі є «К-рор dance

фестивалі». На таких конкурсах зазвичай роблять «cover» на популярні корейські танці.

Також важливо відзначити організації, пов'язані з «Халлю», які активно підтримують стан корейської культури безпосередньо в Дніпрі, а саме Корейське суспільство «Асадаль». Ця організація проводить різноманітні тренінги, організовує відвідування фестивалів, присвячених корейській культурі. Одним з таких фестивалів був Всеукраїнський фестиваль корейської культури та мистецтва «Кореада». На базі цієї спільноти була створена школа корейської мови в місті Дніпро – «Дніпровська Школа Корейської Мови № 1», куди можуть прийти всі бажаючі вивчити мову і ближче познайомитися з корейською культурою шляхом спілкування з її представниками. Також була відкрита «F&I школа танців K-pop», де фанати корейської музики і танців можуть разом навчитися танцювати і в майбутньому брати участь у вищезгаданих фестивалях корейських танців в різних містах і країнах.

Серед відомих і великомасштабних заходів, присвячених Корейській хвилі, можна виділити концерт «Україна як Корея», організатором якого виступав музичний канал М1. Дані події стали кроком вперед для просування Корейської хвилі і є доказом її зростаючої популярності в містах України.

Отже, Халлю або корейська хвиля є новою культурною формою, яка являє собою яскравий прояв глокалізації, коли з новими практиками вираження національної культури поєднуються тенденції сучасної глобальної культури. Так, виникає творча форма культурної гібридизації, за допомогою якої місцева культура може підтримуватися у глобальному контексті. Південній Кореї вдалося знайти абсолютно нове співвідношення традицій та інновацій, яке відповідає вимогам сучасного розвитку країни, що і робить Халлю-культуру відомою на весь світ.

Література:

1. Михайлик О.Н. Феномен «корейской волны»: синтез Запада и Востока? // Известия Иркутского гос. ун-та. Сер.: Политология. Религиоведение. – 2008. – № 1 (2). – С. 31-39.
2. Гармаханов М.Ц. Политическое и экономическое влияние корейской волны в начале XXI в.// Вестник бурятского государственного университета. – 2013. – №8. – С. 78-80.
3. Бураев Д.И., Гармаханов М.Ц. Корейская волна и мягкая сила. стратегия развития и распространения // Вестник бурятского государственного университета. – 2014. – №8. – С. 115-120.

**Особливості висвітлення волонтерського руху
у великому місті**
Кліменічева Анна Валеріївна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

На сучасному етапі розвитку українського суспільства ми стали свідками значної активізації волонтерського руху, що актуалізує соціологічне вивчення даного феномену. На сьогоднішній час волонтерський рух набирає активності серед молоді. Одним із засобів, що забезпечують успішну соціальну діяльність молоді – волонтерство. Волонтерський рух стає все більш поширеним і численним, в більшості випадків має адміністративну підтримку. Сьогодні роль волонтерського руху набуває також великого значення для соціального розвитку суспільства. Волонтерство позитивно впливає на соціальний та економічний розвиток країни в цілому, допомагаючи вирішити соціально значущі проблеми.

Корпоративне волонтерство є одним з найважливіших способів прояву соціальної відповідальності бізнесу. Сьогодні активісти вирішують найважчі справи і, можливо, неочікувано для загалу, дають їм раду швидко та ефективно. Зміцненням здобутків масового волонтерського піднесення 2014 року, має стати зростання рівня колективної відповідальності громади, зміцнення позицій об'єднань громадян в органах місцевого

самоврядування. З осені 2014 року волонтери почали тісну співпрацю з Міністерством оборони України, де було створено раду волонтерів. Представники волонтерських організацій залучені до речового, харчового та медичного забезпечення, деякі з них тепер працюють у департаментах Міністерства оборони, що відповідають за постачання Збройних Сил України. Ще однією особливістю відродженого в надзвичайних умовах українського волонтерства може стати його швидка політизація. Впізнаванні особи волонтерів у партійних списках використовуються політтехнологами для підвищення рейтингу політичних партій, але це водночас позбавляє активістів можливостей здійснювати громадський контроль. Волонтерська діяльність здійснюється за такими напрямками: надання волонтерської допомоги з метою підтримки малозабезпечених, безробітних, багатодітних, безпритульних осіб, що потребують соціальної реабілітації; здійснення догляду за хворими, інвалідами, людьми похилого віку та іншими особами, які через свої фізичні, матеріальні чи інші особливості потребують підтримки та допомоги; надання допомоги громадянам, у результаті соціальних конфліктів, нещасних випадків та біженцям і переселенцям.

Поштовхом до розвитку волонтерського руху в Україні стали Революція Гідності та війна на сході України. Так, ще під час Євромайдану багато людей за власною ініціативою надавали допомогу протестувальникам – безкоштовно обігрівали, годували та лікували їх. Цей рух справді став надзвичайно масовим і поступово організував низку волонтерських рухів. Але сучасна ситуація в Україні змінила звичайний стан речей – волонтери та благодійники стали новими лідерами суспільства. Це сталося не просто так: значні досягнення та перемоги супроводжуються складними та надзвичайними викликами. Нові проблеми в Україні потребують нових підходів, активної співпраці

з міжнародною гуманітарною спільнотою, державою та суспільством. Благодійність набирає обертів, і цей процес не зупинити.

У міському просторі, ми можемо побачити рекламу, яка має волонтерський характер та гасла, що мотивують людей допомогти тим, хто потрапив у біду. У соціальній рекламі спостерігається конкретизація вимог до адресата: за віком («Ти молодий ...? »), за цінностями («Тобі не байдуже те, що відбувається в суспільстві? Допомога навколишнім людям – частина твого повсякденного життя?»), по особистісним і соціальним характеристикам: «...активні, цілеспрямовані», «Ми чекаємо активних ...»); «...запрошуємо в нашу команду всіх, бажаючих стати організатором волонтерської програми...»), «Волонтер – звучить гордо», «Стань волонтером сьогодні». Характеризуючи внутрішній контекст повідомлень, тобто конкретні умови, в яких відбувається взаємодія адресата і адресанта всередині рекламного тексту, слід визначити спосіб зображення ситуації. Сюжети повідомлень зводяться до визначення перспектив волонтерських акцій для їх учасників. Основними персонажами соціальної реклами є: організатори волонтерських акцій, потенційна молодь та люди у важкій життєвій ситуації. Соціальна реклама дозволяє поєднувати раціональні та емоційні аргументи, що привертають увагу молоді до волонтерського руху. У ній враховуються особливості роботи з молоддю – використовується принцип «Рівний – рівному», що передбачає передачу значимої інформації від одного представника молодіжного покоління іншому за допомогою неформальної комунікації.

Отже, проаналізувавши феномен волонтерського руху в сучасному українському суспільстві ми можемо відзначити, що зовнішня реклама має певну мотивуючу програму для залучення нових волонтерів. На сьогодні волонтерською допомогою користуються майже всі державні соціальні

установи та неурядові організації. На всеукраїнському рівні запроваджуються щорічні конкурси, спрямовані на визнання праці добровольців та відзначення найкращого досвіду волонтерської діяльності.

**Здоровий спосіб життя в структурі ціннісної системи
сучасного студентства м.Дніпро**

**Костенко Катерина Ігорівна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.**

Трансформація українського суспільства не могла залишити поза увагою систему цінностей і ціннісних установок українців. У зв'язку з цим велика увага приділяється проблемі цінностей молоді, які визначаються як стабілізуючі елементи суспільної свідомості, соціальної взаємодії і зразки поведінки індивіда в суспільстві. У соціології дана проблема продовжує залишатися досить актуальною, оскільки її рішення пов'язане з системою життєдіяльності особистості і соціальних груп [1].

Пріоритетними соціальними цінностями студентства є високий матеріальний дохід, отримання якісної освіти, престижна робота і стосунки з іншими людьми. Ціннісні установки студентства в даний час пов'язані, в основному, з досягненням високого матеріального благополуччя і життєвого успіху, в слідстві чого витісняються такі значущі цінності як здоров'я і здоровий спосіб життя.

З точки зору аксіологічного підходу, здоров'я виступає як універсальна людська цінність, яка співвідноситься з основними ціннісними орієнтаціями особистості, і займає певне положення в ціннісній ієрархії. Переважання одних ціннісних орієнтацій над іншими розглядається як фактори, що визначають здоров'я людини [2].

У даний час здоровий спосіб життя (далі – ЗСЖ) визначається як сукупність внутрішніх і зовнішніх

умов життєдіяльності, що забезпечують здоров'я і працездатність, активне довголіття, а також гармонійний розвиток особистості.

По-перше, ЗСЖ є «концепцією соціальної політики, заснованої на визнанні високої соціальної значимості здоров'я, відповідальності за його збереження з боку держави, особистості, соціальної групи і суспільства в цілому, і підтримуючу необхідність конкретних заходів та дії, спрямовані на створення безпечного і сприятливого навколишнього середовища». Вивчення ЗСЖ, як концепції, котра керується, та залежить від держави, більш притаманна радянським вченим.

По-друге, ЗСЖ, розглядається як свідомо і цілеспрямована поведінка людей, що передбачає застосування в повсякденній практиці матеріальних і духовних чинників і умов, які сприятливо впливають на збереження і зміцнення здоров'я. У той же час, зазначається висока значимість суб'єктивних особистих намірів: ціннісні орієнтації, переконання, стереотипи, відносини, мотиви поведінки самозбереження і заходів по збереженню і зміцненню здоров'я. Аналізуючи вищесказане, можна зробити висновок, що при наявності численних підходів до дослідження здорового способу життя, єдина теорія відсутня. Не визначені і основні змістотворчі конструкти поняття «здорового способу життя». Розробка цих конструктів назріла у зв'язку з наявними на сьогоднішній день різними ідеями, концепціями і напрямками в даній галузі дослідження. Таким чином, вивчення здорового способу життя, не втрачає своєї актуальності. Дослідники звертаються до нових областей аналізу, пропонуючи свіжі ідеї.

Відповідно до сучасних уявлень, ЗСЖ це комплексне поняття, яке включає в себе наступні компоненти: відмова від шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю і наркотиків); спортивний режим; збалансоване

харчування; загартування; особиста гігієна; позитивні емоції. Це дії, що стосується всіх областей охорони здоров'я, а саме: фізичного, психічного, соціального, духовного, інтелектуального, професійного, сексуального, репродуктивного, емоційного, екологічного.

Здоровий спосіб життя є багатогранним поняттям, його склад визначається різними видами соціальної діяльності, спрямованої на збереження і підтримання здоров'я і максимальної тривалості життя.

Варто зазначити, що незмінними цінностями української молоді є такі, як сім'я та здоров'я, які від дослідження до дослідження посідають перші рангові позиції в ієрархії її ціннісних орієнтацій.

Таким чином, молодь є невід'ємною частиною будь-якого суспільства, яка бере участь в численних процесах модернізації та стабілізації суспільства є своєрідним індикатором змін, що відбуваються. Також, варто звернути увагу, на те що цінності грають важливу роль в інтеграції системи особистості і суспільства. Молоді люди є досить широкою соціально-демографічною групою, яка формує основу майбутнього.

Варто відмітити, що соціологія здоров'я та здорового способу життя, не є популярною темою серед вітчизняних вчених. Дослідження з проблем здоров'я молоді нечасто зустрічаються в тематичних рубриках різного роду журналів. Однак можна констатувати, що в нашій країні накопичився певний масив як емпіричних, так і теоретичних відомостей з цієї тематики. Актуальність проблем здорового способу життя сучасної студентської молоді зумовила потребу в їх подальшому практичному виявленні та аналізі. Можна підсумувати, що незмінними цінностями української молоді є такі, як сім'я та здоров'я, які від дослідження до дослідження посідають перші рангові позиції в ієрархії її ціннісних орієнтацій, тобто модерністські та постмодерністські цінності.

Література:

1. Савицька Ю., Конев Ю., Ребишева Л. Ціннісні орієнтації сучасної студентської молоді (за результатами соціологічного опитування студентів) // Сучасні проблеми науки та освіти. – 2015. – №1-2. – С. 12-21.
2. Самарін А. В., Мехрішвілі Л. Л. Здоров'я в системі життєвих цінностей студентської молоді: за результатами соціологічного дослідження // Міжнародний науково-дослідний журнал. – 2016. – № 1 (55), ч. 3. – С. 151-154.

Репрезентація віку у просторі міста

Левченко Олександра Олексіївна, студентка 4-го курсу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Урбанизация современного общества порождает новые формы жизнедеятельности человека, по-новому ставит проблему взаимодействия человека и окружающей его пространственно-предметной среды.

Если рассматривать пространство города в семиотическом ракурсе, то город, в том числе, как коммуникативное пространство, предстает как текст социокультурного диалога. В такой логике, город это – предметно-территориальные комплексы, обладающие собственным смысловым содержанием, оформленным в особом текстовом материале [1].

Город можно понимать не только как форму поселения и производства, сколько как форму сообщества, как тип социальности, сущностной чертой которой является интеграция разнообразных видов жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости и порядка. Но эта система состоит из относительно автономных и гомогенных подсистем: территориально-поселенческой, экономической, символической и др. [1]. Так например в рассуждениях Ж. Бодрийяра современный город выступает местом исполнения знаков. Современный город

и городская среда, по его мнению, – «это одновременно и нейтральное, однородное пространство безразличия, и пространство нарастающей сегрегации, городских гетто, пространство отверженных кварталов, рас, отдельных возрастных групп; пространство, фрагментированное различительными знаками» [2, с. 213]. Важно подчеркнуть, что французский теоретик говорит прежде всего об обществе потребления, и с этой позиции определяет город как «современную метрополию». Характерной чертой «современной метрополии» является существование символических ансамблей, которые объединяют в себе магазины, места проведения досуга, доступа к информации [3].

Остановимся более конкретно на выделении и функционировании возрастных групп в городском пространстве, а также выделим места проведения досуга, характерные для людей различного возраста. Заметим, что для понимания и описания социального поведения горожан социология фокусирует свое внимание на таких «узловых точках» как смысловое восприятие городской среды, психосемантика пространства, семантика территориальной идентичности, престижно-символическая динамика мест и прежде всего качественная городская среда. Последнюю принято определять как пространство для максимально безопасной, комфортной и интересной жизни и отдыха [4], которое должно быть таковым для всех социальных групп населения, в том числе и возрастных.

Однако, нельзя сказать, что городская среда сегодня одинаково комфортна и ориентирована на все возрастные группы. Наиболее ориентированной для городского пространства можно назвать молодежную группу, а также группу людей среднего возраста. Для представителей этих групп городское пространство наиболее комфортно. Имеется ввиду, например, распространенность мест для

проведения досуга – это торгово-развлекательные центры, кинотеатры, кафе, ночные клубы. Концентрация таких мест наиболее сильна в центре города. Интересно, что и уличная реклама в центре города также ориентирована на людей молодого и среднего возрастов.

Если говорить о детском досуге, то в пространстве города он локализован как в приближенных к дому местах (детские площадки, детские районные культурные центры), так и в самом центре (развлекательные парки, аттракционы, заведения в торгово-развлекательных центрах) [5]. В тоже время досуг людей старшего возраста приобретает иной характер, что непосредственно отражается в организации городского пространства. Учитывая то обстоятельство, что с выходом на пенсию уменьшается прибыль, снижается жизненная активность, ослабевают физические и духовные силы, появляется чувство социальной изоляции, для пожилых людей типичным становится посещение социально-культурных учреждений, расположенных неподалеку от собственного дома [6]. В целом же для «старшевозрастного досуга» характерны как домашние формы, так и различные формы активного отдыха, как то посещение различных мероприятий в музеях, галереях, библиотеках.

Одной из тенденций, отчетливо просматривающихся до недавнего времени в досуговая деятельности, особенно в зарубежных странах, была ее пространственная дифференциация с учетом возрастной специфики (детей, подростков, молодежи, среднего возраста). Сегодня мы наблюдаем тенденцию к объединению различных возрастных категорий на почве общих потребностей, интересов и предпочтений [6]. Данная тенденция безопорно способствует сокращению в пространстве города дистанции между представителями молодых и старших возрастов.

Исходя из вышесказанного можно заключить, что

репрезентация возраста в пространстве города имеет отчетливую локализацию прежде всего в местах проведения досуга, ориентированных на различные возрастные группы.

Литература:

1. Гаврилина Е.А Социология города: курс лекций. – Иркутск: Институт социальных наук, 2010. – 140 с.
2. Стась И.Н. Концепт «город» в постмодернистской историографии // Вестник Челябинского государственного университета. Сер.: История. – 2012. – № 11 (265). – Вып. 50. – С. 154-159.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. – М.: Республика, 2006. – 179 с.
4. Повышение качества городской среды // Мегион. Программа социально-экономического развития города до 2015 года. – Режим доступа: http://admmegion.ru/city/economika/prog_razv_2015/detail.php?ID=229215
5. Шпаковская Л.Л., Чернова Ж.В. Город, дружественный семье: новое публичное пространство для детей и их родителей // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2017. – № 2. – С.160-177.
6. Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

**Конструювання жіночого образу в просторі міста
Маренюк Владислава Олегівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.**

Символічний та соціальний простір міста наповнений візуальними образами. Образи в цьому значенні розглядаються як набір характеристик соціальних груп, котрі позиціонуються як іманентні. Сучасний міський простір конструює жіночий образ. Конструювання відбувається за допомогою наявності в ньому торговельних центрів, салонів краси, фітнес центрів, що репрезентують жінку, яка має відповідати стандартам краси, постійно за собою слідкувати. Краса та молодість розглядається як

досяжницький ідеал [4, с.113]. Таким чином, формується образ доглянутої жінки. Важливим елементом в формуванні образів є рекламні білборди, які виступають візуальним підтвердженням ідеалу краси, до якого має прагнути жінка – на них зображені супермоделі, співачки, які і демонструють відповідний канон краси.

Аналізуючи простір сучасної архітектури міста ми бачимо споруди чіткої форми стриманих холодних тонів, які асоціюються з мужністю й волею, що є відособленим від жінок. З ними радше асоціюється просторова територія шопінг-молів. Такий висновок можна зробити, як мінімум, із цільової аудиторії, на яку спрямовані маркетинг, оздоблення й рекламні проспекти. Жінки витрачають на походи за покупками багато свого вільного час у пошуках нового одягу, взуття і аксесуарів. Конс'юмеризм, що передбачає ідентифікацію особистості з соціально-культурними значеннями товарів і послуг, які вона споживає, за цих обставин перетворюється на важливий механізм конструювання жіночого образу. Конструювання цього образу відбувається за допомогою певних конс'юмеристських практик і засвідчує важливість постійного перформативного підтвердження фемінінності [1, с. 227-228]. Таким чином, відбувається формування образу жінки-споживача.

Образ сучасної української жінки не може асоціюватися виключно з сім'єю чи кар'єрою. У містах України поширеними є нуклеарні сім'ї без дітей або ж з однією дитиною [3, с. 102]. Однак життя у місті дуже вимогливе – щоб комфортно почувати себе в цьому середовищі, жінці для успішного функціонування потрібно поєднувати в собі такі бінарні ролі, як роль матері та бізнес-вумен. Ця заданість конструюється і у просторі новобудов, де існує своя інфраструктура-садочок і магазини знаходяться на автономній території житлового комплексу. Завдяки раціональному використанню часу та зменшення витрат

на просторіві переміщення транспортом набагато полегшується виконання жінкою подвійної ролі [5, с. 9].

Також простір міста за допомогою зовнішньої реклами конструює образ жінки, як сексуального об'єкта. Використання жіночого образу в просторі міста виступає для стимуляції продажів та прагнення до придбання товару. Внаслідок цього жінка перетворюється на предмет сексуальної експлуатації. Жінка асоціюється із «сексуальним товаром», який продається. Сексуалізовані жіночі рекламні зображення вчать звичайну жінку дивитися на себе очима чоловіка, уявляючи себе об'єктом його бажання, а відтак відповідати критеріям патріархального ідеалу [2].

Відтак, підсумовуючи зазначимо, що міський простір конструює та репрезентує наступні образи жінки: красива і доглянута, жінка-споживач товарів, образ сексуального об'єкта, матір та бізнес-вумен. Міський простір наповнений образами, які в своїй більшості мають стереотипну основу. Конструювання відбувається завдяки наявності певної інфраструктури і особливостей її побудови та зовнішньої реклами. Таким чином, відбувається латентне нав'язування культурних кодів, що знаходить відображення в типових жіночих образах.

Література:

1. Бурейчак Т.С. Рекламні стратегії конструювання нормативних гендерних дискурсів // Вісник Львівського університету. – 2008. – №2. – С.227-228.

2. Кись О.Р. Осторожно: сексизм. – Режим доступу: https://zn.ua/SOCIETY/ostorozhno_seksizm.html

3. Мелешко Я. Образ жінки в сучасному українському місті: історична трансформація. – Режим доступу: http://esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/11097/1/socst_2016_1_18.pdf

4. Мирошниченко Г.А. Образ современной женщины в рекламе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – №8. – С.113.

5. Социальные вопросы и гендерные подходы к урбанистике. – Режим доступу: <http://www.rwi.lu.se/by/recommendationsurban.pdf>

Зовнішня реклама у міському просторі
Михлик Олена Станіславівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Одним із основних візуальних компонентів, які формують міське середовище є зовнішня реклама, вона поглинає увагу перехожих, захоплює увесь вільний простір фасадів і багато будівель просто «тоне», «розчиняється» в різноманітті кольорів, слоганів, зображень, реклама спотворює історично значимі об'єкти і архітектурні пам'ятники [2, с. 96].

Зовнішня реклама є невід'ємним елементом комунікативної системи суспільства та соціально-культурного середовища сучасних міст. Зовнішня реклама на сьогодні – достатньо поширений вид рекламної комунікації. Вона займає третє місце після телевізійної та друкованої реклами. За визначенням Є.В. Ромата, зовнішня реклама – засіб масової інформації, медіаканал, що дозволяє наздогнати людину не вдома і не в конторі, а на вулиці або під час поїздок [3, с. 67]. Це все свідчить про підвищену примусовість її впливу, телевізор можна не дивитись, радіо – не слухати, газети та журнали – не читати, а от не виходити на вулицю і не стикатися з зовнішньою рекламою – неможливо.

«Велике місто – це глобальний центр рекламної індустрії» [2, с. 122]. Тексти міської реклами входять до «семіосфери» міста і створюють особливий пласт міської культури. В семіотичному аспекті специфіка міської реклами обумовлена убудованістю рекламних повідомлень в архітектурний контекст [1, с. 167].

Міське середовище розуміється як ландшафт, осмислена територія проживання, особливе комунікативне середовище, пронизане смислами та цінностями проживаючих у ній людей. Естетична та етична якість

зовнішньої реклами визначає ступінь комфортності знаходження городянина в насиченій рекламою міському середовищі.

Зовнішня реклама не тільки декоративно-комерційне прикрашення міст або відображення існуючої у місті економічної активності, вона ще суттєво пов'язана з масовою свідомістю – з культурними ідеалами та соціально-психологічними установками масової свідомості, зі всім тим, що сильно впливає на масову соціальну поведінку та в певній мірі формує її. Але все ж таки реклама не тільки впливає на всі прошарки суспільства, в яких вона розповсюджується, але й відображає різноманітні цінності цього суспільства.

У висновку слід відмітити, що у сучасному світі роль реклами дуже висока та неможна недооцінювати її вплив на людину. Зовнішня реклама стала предметом повсякденності, вона міцно ввійшла не лише у сферу торгівлі, але й стала важливим фактором соціалізації членів суспільства. Простір міста сьогодні не уявляється без зовнішньої реклами, яка вже прийняла на себе функцію формування міського ландшафту. Сучасна людина не в змозі уникнути впливу реклами. Проте важливим питанням є те, чи залишиться вона просто комерційним мистецтвом, або стане потужним засобом контролю.

Література:

1. Ахмедова Л.С. Текст в городе: особенности формирования нового образа города в контексте развития информационного поля городской среды // Вестник ОГУ.– 2009.– № 2.– С. 165-169.
2. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама. – М.: Куб, 2010. – 275 с.
3. Ромат Е.В. Реклама: учебник. – СПб.: Питер, 2009. – 512 с.

**Гендерні стереотипи в рекламному дискурсі міста
Павлюк Владислава Олександрівна, студентка 5-го
курсу Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.**

Сучасна реклама є невід'ємною частиною соціального простору та повсякденного життя. За допомогою рекламних повідомлень формуються нові стилі поведінки, які часто виходять за межі сфери споживання, стійкі психологічні уявлення та нові бажання (стимули). Реклама є двосторонньою комунікативною системою, яка з метою підвищення ефективності вбирає в себе останні тенденції соціального розвитку, що робить рекламний процес соціальним по своїй суті. Соціологічна наука відіграє важливу роль у науковому вивченні взаємовпливу реклами та соціуму, а також у розумінні, які корективи з позиції конструктивного соціального розвитку мають бути внесені в цей процес. Розуміння основних положень, що вже ставали предметом розгляду представників соціологічної думки, дозволить, по-перше, враховувати зроблені висновки в подальших дослідженнях, по-друге, зосередити зусилля науковців на актуальних сучасних проблемах дослідження реклами як соціального явища з використанням соціологічного наукового інструментарію. З метою аналізу сучасних напрямів наукових досліджень у соціальній науці на підставі матеріалів онлайн-ресурсів національних бібліотек вивчено тематику дисертаційних робіт за останні двадцять років, які були розроблені в Україні, Росії та Білорусі. Здійснений аналіз тем наукових досліджень показує, що основними напрямками дослідження реклами в сучасній соціології на пострадянському просторі є: загальні питання функціонування реклами як сучасного явища (В. Л. Газізова, Є. С. Єгорова, О. О. Савельєва); гендерні особливості реклами (Ю. В. Белікова, Т. С. Бурейчак, П. Є. Єфремова,

М. П. Гнатів, С. А. Кулеш); реклама як соціальний інститут (Є. І. Боев, А. В. Волков, Е. А. Макарова, Д.К.фШигапова); вплив реклами на повсякденну соціальну поведінку та стиль життя (Н. С. Удріс, О.І. Щерба, К.О. Аванесян, А.В. Барябін, О.В. Зіміна, Н. Ю. Рязанова); роль соціальних цінностей у рекламній діяльності (формування нових цінностей та врахування існуючих при розробці рекламних кампаній) (К.Д. Цимбал, С. В. Толмачева, О.О. Ульяніна, Є. Є. Уральова) та інші.

Реклама – своєрідне явище сучасного життя, важливий елемент успішної економіки. У розвинутих країнах четвертою владою називають пресу, а п'ятою – рекламу, яка формує світосприйняття і впливає на психіку. Але наразі доводиться говорити не про хороші наміри, а про консолідовану волю з метою маніпулювати свідомістю. Що більше схожі продукти, то меншу роль відіграє розум у процесі вибору. Сьогодні реклама в Україні працює, діючи на підсвідомість людини.

Варто відзначити, що гендерна тематика для України не є новою. І потрібно віддати належне роботі неурядових організацій, які активно працюють з проблемами гендеру, тішить, що й у роботі державних установ, управлінь і центрів цій темі приділяється певна увага. Водночас, на національному рівні ми все ще маємо виклики, які потрібно здолати. Упродовж останніх десятиліть зацікавлення науковців гендерними стереотипами посилилося, адже вивчення широкого кола питань, пов'язаних з різними аспектами гендерних стереотипів, має, безперечно, не лише теоретичне, а й практичне значення. Отже, гендерним стереотипам присвячені дослідження багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців [1; 2].

Проблему репрезентації чоловічих та жіночих образів у рекламі вивчала низка теоретиків ХХ століття. Серед них Ервінг Гофман, Жан Бодрійяр, Умберто Еко, Ролан Барт та багато інших, які акцентували увагу на текстуальному

аналізі реклами та досліджували маніпулятивні техніки, завдяки яким ми приймаємо й відтворюємо віртуально задані гендерні установки у реальності. Різноманіття й форми гендерних стереотипів, які активно використовує сучасна реклама, у своїх працях вивчали Оксана Кісь, Катерина Батаєва, Вікторія Суковата та ін. Однак, постійне вдосконалення галузі комунікацій викликає систематичне оновлення засобів впливу на людину. Суспільство не є статичним, воно постійно розвивається завдяки різноманітним соціальним внутрішнім і зовнішнім імпульсам, котрі продукує сфера комунікацій. Тому значний науковий інтерес для вивчення феномену реклами являє не лише виявлення в ній гендерних стереотипів, а й дослідження впливу цих стереотипів на поведінку й життя особистості, їх трансформація та життєвий цикл.

Основну увагу сьогодні приділяють рекламі як засобу просування товарів на ринку. Саме реклама є найважливішим засобом формування попиту на товари і послуги і стимулювання їх збуту. В останні роки проводиться безліч досліджень реклами, вийшло дуже багато монографій і статей щодо її засобів і методів. Разом з тим проблема ефективності реклами далека від вирішення. Тому непоодинокі випадки, коли при значних витратах на рекламу користь від неї дуже скромна. І, навпаки, бувають ситуації, коли дуже немудра реклама впливає на споживача дуже результативно.

Реклама – це, по-перше, цілеспрямоване інформаційне повідомлення; по-друге, повідомлення не просто інформаційне, але володіє певним пропагандистським ефектом; нарешті, по-третє, що допускає використання маніпулятивних технологій. Іншими словами, реклама є різновид пропаганди, потужний канал впливу на масову свідомість і громадську думку.

Проблеми гендеру та гендерної соціалізації є предметом вивчення багатьох сучасних суспільствознавчих

дисциплін. Гендерна соціалізація являє собою складний і багатогранний процес соціального формування індивідуальної ідентичності, який має свої особливості у різних суспільствах.

Вивчаючи різноманіття гендерних стереотипів у рекламі, пропонованих деякими дослідниками [3; 4], й аналізуючи сучасний український рекламний простір очевидним стає той факт, що робота рекламистів над соціальними ролями обох статей є масштабною. Та серед особливо стійких гендерних стереотипів виділяємо такі: 1) жінка-домогосподарка, жінка-турботлива матуся та дружина, жінка-красуня, жінка-сексуальний об'єкт, жінка-жертва, жінка-рятіник, жінка-ділова; 2) чоловік-мачо, чоловік-експерт, чоловік-успішний, чоловік-мандрівник, чоловік-жертва. Багато науковців говорять про негативний вплив реклами, що використовує подібні образи, проте помилкою було б заперечувати її корисність в окремих випадках.

у результаті нашого дослідження було встановлено, що реклама закріплює у свідомості споживачів образи й соціальні ролі та закликає їх дотримуватись. Гендерні установки розподіляють обов'язки таким чином: чоловік є сильнішим як фізично, так й інтелектуально, його обов'язок – допомагати жінці та насолоджуватись її красою, а завдання жінки – оберігати сім'ю від хвороб, квартиру від бруду і, водночас, слідкувати за власним зовнішнім виглядом. Змішування соціальних ролей у суспільстві не може не впливати на наповнення реклами, тому все частіше можна бачити приклади спростування вищезазначених стереотипів: чоловічі образи з'являються у домашній, сімейній сфері, а жіночі фігурують у діловій та професійній. Проте, таке спростування не є тенденцією, а лише поодинокими випадками. Гендерні технології, які впливають на споживача на несвідомому рівні, допомагають зробити рекламне повідомлення ефективним, дозволяють сфокусувати увагу на конкретній

цільовій групі та роблять внесок у розвиток суспільства. Тому на рекламодавцях лежить серйозна відповідальність за психологічне й соціальне здоров'я споживачів.

Завдання реклами не завжди в обов'язковому стимулюванні покупки (хоча це бажано). Відомо, що в процесі рекламного впливу реалізуються три взаємопов'язані функції:

- Передача інформації про товар або послугу;
- Донесення цієї інформації до потенційних покупців, досягнення ефекту їх знайомства з характеристиками рекламного продукту;
- Стимулювання потенційно споживача до придбання товару чи послуги.

Таким чином, процес (у тому числі ефективність) рекламного впливу може бути відображений як ряд послідовно досягаючих ефектів, кожен з наступних при цьому означає все більш значиму ефективність рекламного впливу. При цьому можна говорити про такі підходи до аналізу ефективності рекламного впливу, про які ми вже згадували:

- Проміжна, комунікаційна ефективність, яка визначає, наскільки дієво здійснено вплив на потенційних споживачів в процесі реклами, наскільки підвищився рівень їх інформованості про відповідну марку товару, переконаності в тому, що дану марку слід придбати;
- Пряма, кінцева ефективність, пов'язана з безпосередньою купівлею даного товару під впливом реклами.

У даний час телебачення є могутнім інформаційним і маніпулятивним засобом. За допомогою телебачення в суспільство виливається величезна за своїм обсягом інформація, іноді чисто інформаційного характеру, але частіше – така, що намагається схилити глядача до визначеної думки. Далеко не останнє місце в цьому потоці інформації займає телевізійна реклама.

Телевізійна реклама є, на наш погляд, найбільш розповсюдженою. У різних країнах на рекламу приділяється до 15 % ефірного часу і більше. Найбільшою перевагою телевізійної реклами є те, що вона може охопити величезну аудиторію в кілька мільйонів чоловік. Таким розмахом може похвалитися тільки реклама в Інтернет.

Проте, не всякий телевізійний рекламний ролик буде успішним, а його ефективність буде залежати тільки від змісту. Велику роль грає і те, коли буде продемонстрована реклама. Насамперед, найбільша аудиторія збирається біля екранів увечері, тому ті ролики, що демонструються ранком і вдень, особливо в робочі дні, мають менше шансів бути побаченими. Хоча з цього не виходить, що ролики, що демонструються ввечері, не будуть повторюватися ранком. Запорука успіху телереклами – її повторюваність. Вона повинна повторюватися доти, поки не буде впізнаватися з першого кадру, і ще довше – поки не буде викликати деякого роздратування.

Література:

1. Андрушко Л. Гендерні стереотипи в українській рекламі // Вісник Львівської національної академії мистецтва. – 2010. – № 23. – С. 397-406.
2. Грошев И.В. Гендерные образы рекламы // Вопросы психологии. – 2000. – № 6. – С. 172-187.
3. Goffman E. Gender Advertisements. – NY.: Harper & Row, 1979. – 96 p.
4. Гребенкин Ю. Психотехнологии в рекламе. – Новосибирск: «РИФ-плюс», 2000. – 214 с.

Екологічні практики у міському середовищі Раку Дар'я Олександрівна, студентка 3-го курсу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Феномен соціальних практик у світовій соціології розглядається з точки зору різних методологій. Концептуальне наповнення дане поняття отримало в

рамках структуралістського конструктивізму П. Бурдьє, структуралізації Е. Гіденса, етнометодології Г. Гарфінкеля. Методологічним підґрунтям вивчення соціальних практик є поняття соціальної дії, що до наукового обігу ввів М. Вебер, пояснюючи його як осмислений вчинок, визначений метою і реалізований через певну форму вираження.

Сучасна соціологія оперує поняттям «соціальна практика», вкладаючи у нього наступні сенси: 1) способи діяльності, що прийняті у культурі у вигляді правил, «ритуалів»; 2) форма діяльності перетворювального характеру; 3) соціальна активність, що набуває статусу реальної дії в суспільстві [1, с. 70].

Дане поняття придатне як для опису повсякденного життя, так і при розгляді поширених явищ. Така універсальність виправдовує вживаність поняття та його похідних, наприклад, «повсякденні практики», «неформальні практики», «практики дозвілля» та ін. З огляду на вищесказане доцільним вважаємо і використання терміну «екологічні практики» при розгляді теми тез. – чи доречне формулювання?

З середини ХХ ст. у західному суспільстві зростає стурбованість станом навколишнього середовища, очевидно стає екологічна криза, викриваються негативні наслідки індустріалізації та урбанізації. Ці осмислення відбуваються на фоні загальних перетворень суспільства та набуття ним ознак постмодерну. Сучасне суспільство все більше характеризується постматеріальною системою цінностей [3, с. 22], зокрема переходом до екоцентричної свідомості.

Місто є середовищем сучасних ідеологій, трендів, актуальних рухів, тому міських жителів правомірно розглядати суб'єктами екологічних практик. Міське середовище відповідає потребам індивідів та надає можливості для реалізацій даного виду соціальних

практик.

Мешканець міста є, у першу чергу, споживачем, а екологічно свідомі індивіди вдаються до практик екологічного споживання – уникання товарів, що завдають шкоду довкіллю, що є небезпечними для здоров'я та середовища, а також пов'язанні із жорстокістю до тварин [2, с. 80]. У відповідь, міський простір наповнюється спеціалізованими магазинами (мережі «Еко-Лавка», «ЕкоФерма», окремі міські), де є можливість придбати органічні продукти харчування та екологічно безпечні товари (косметичні засоби, побутова хімія, тощо). Навіть супермаркети, що орієнтовані на масового споживача, пропонують покупцям альтернативу – органічні товари та екопакети (паперові, біорозкладні). Прихильність до такого роду товарів також призвела до поширення явища «грінвошинг» (або ж «зелений камуфляж»), тобто позиціонування продукції як екологічної без достатніх для цього підстав [5, с. 127].

Окремою екологічною практикою жителів міста є сортування та переробка сміття. У містах дедалі більше поширюються пункти прийому вторинної сировини, утилізації специфічних матеріалів, спеціальні смітцеві контейнери. Також з'являються онлайн-ресурси із інтерактивними мапами великих міст, що спрощують городянам пошук таких пунктів [4, с. 132].

Екологічні практики містян не минули і сферу дозвілля – великі міста стають місцем проведення екологічних фестивалів, де екосвідомі індивіди мають можливість відвідати лекції, майстер-класи щодо екологічного способу життя, ознайомитися із товарами представників місцевого екобізнесу. Найбільш масштабним українським екофестивалем є «KyivVeganBoom», що проводиться регулярно вже кілька років поспіль у столиці.

Отже, місто є середовищем, де можливо відстежити наявність постматеріальних цінностей із певними

ознаками екоцентричної свідомості. Мешканці ж міст, у свою чергу, виступають суб'єктами соціальних практик, зокрема екологічних. Серед екологічних практик містян фіксуємо і повсякденні – екологічне споживання, сортування та переробка сміття; і дозвіллеві – екологічні фестивалі.

Література:

1. Баліч Н.Л. Соціальні практики та їхня роль у сучасному суспільстві // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2013. – № 4. – С. 69-78.
2. Вітек Л. Нові тренди у поведінці польських споживачів // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – С. 79-83.
3. Гардашук Т.В. Концептуальні параметри екологізму. – К.: Парапан, 2005. – 196 с.
4. Мусієздов О. О., Лісовенко Д. О. Особливості екологічної свідомості населення України // Людина та довкілля. Проблеми неоекології. – 2015. – № 1-2. – С. 129-133.
5. Щолокова О.М., Дівак В.В. Дослідження гринвошинга в маркетингу // Вісник Приазовського державного технічного університету. – Маріуполь, 2013. – Вип. 26. – С. 126-129.

Торговельно-розважальні центри як елемент суспільства споживання

Рибченко Юлія Олександрівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Проблема становлення та функціонування суспільства споживання вже протягом тривалого часу привертає увагу дослідників та піддана глибокому аналізу в працях Х. Ортеги-і-Гасета, Е. Фромма, Р. Барта, Ж. Бодрійяра та інших вчених. Їй присвячено й розвідки українських дослідників –

В. Андрущенко, Є. Головахи, В. Ярошовця, М. Поповича, В. Лісового. Разом з тим, динаміка соціального життя, постійні трансформації, котрі супроводжують формування «суспільного споживання» та «масової

людини» і виявляються як в глобальному масштабі, так і в Україні, вимагають постійного моніторингу нової соціокультурної реальності та її адекватного аналізу. Квінтесенцією суспільства споживання виступають торговельно-розважально центри (далі – ТРЦ).

У всі часи торгівля була невід’ємною частиною життя людей. І в процесі тривалого розвитку і еволюції товарно-грошових відносин з’явився такий вид організації торгівлі, як торговий центр. Але й на цьому прогрес не зупиняється, торговельні центри швидкими і впевненими кроками перетворюються на ТРЦ з величезними площами. Сьогодні по всій Україні повним ходом йде розвиток і будівництво ТРЦ, основним і відмітною якістю яких є поєднання торгівлі, громадського харчування і потужної розважальної складової під одним дахом [1, с. 8].

Спрощеними моделями сучасних торговельно-розважальних центрів були торговельні центри. Традиційно вони розміщувалися у ділових районах міст (downtown). Інтенсивний розвиток автотранспорту і проблема реконструкції міст сприяли появі торговельно-розважальних центрів, які краще і ширше використовували прогресивні методи торгівлі, послуг та розваг. Сприяли цьому і докорінні зміни «закупівельних звичок» населення, що масово почало користуватися індивідуальним транспортом та холодильниками глибокої заморозки. Існує точка зору про те, що наявність молів деякою мірою негативно впливає на розвиток малого бізнесу в сфері торгівлі та розваг. Поряд з цим соціологи стверджують, що у населення постійною є потреба у наявності дрібних торговельних закладів поблизу місць проживання. По відношенню до ранньої стадії консьюмеризму, з універсальним магазином як його культурним і комерційним апофеозом, «місто залишалось містом», то «нові міста, які мають в якості сателітів гіпермаркети і торгові центри перестають бути містом

і стають метрополісними територіями. Саме торгово-розважальні центри установлюють орбіту, вздовж якої рухається субурбанізація.

Вітчизняний ринок розважальних комплексів у мережі торговельних центрів активно формується в Україні з 2005-2006 рр. [2, с. 109]. В рамках логіки економічної людини, ТРЦ як і будь-яке місце торгівлі, відвідується заради здійснення покупок. Це сприятливе місце в силу широкого асортименту товарів, зосереджених під одним дахом. У суспільстві споживання одне з ключових вимірів свободи - можливість вибору товарів; ТРЦ вносять істотний внесок в таке сприйняття реальності. Але саме можливість вибору і велику кількість конкуруючих магазинів перетворюють цілеспрямований крок в тривале планування по просторах центру, обумовлене проблемою вибору. ТРЦ як простір фланірування - важливий елемент шопінгу: «блукаючий по просторах ТРЦ». Поняття фланірування з'явилося у Франції в ХІХ в., відображаючи нові реалії міського способу життя. Фланери гуляють по вулицях і аркадах пасажів, отримують задоволення, занурюючись в споглядання перехожих, інтер'єрів, вітрин і товарів. Тут на огляд виставляються товари з різних країн світу, що дозволяє розглядати такі місця як музеї культури споживання В. Беньямін використовував для визначення цих місць поняття «простору мети». Фланер не має чіткого направлення руху і мотивів, його мотивація зводиться просто до бажання бродити [3, с. 41].

Можемо відмітити головні функції сучасних ТРЦ: розважальна, культуротворча, рекреаційна, соціалізаційна, комунікативна. Всі ці функції об'єднує одна головна мета і принцип відтворення цих функцій – створення максимально комфортного середовища для споживачів дозвіллевих послуг.

На сьогодні спостерігається пряма залежність між чисельністю ТРЦ та кількістю населення у даному

населеному пункті. Розміщення ТРЦ у великому місті характеризується такими закономірностями: ТРЦ будуються у найбільших за людністю містах, які є ядрами агломерацій; ТРЦ розміщуються в зонах зручної транспортної доступності, при чому, чим далі від центру міста, тим потужнішою має бути автомагістраль (на прикладі Метро або Епіцентру м. Дніпро); ТРЦ формується переважно в центральних районах.

Отже, розглядання ТРЦ як елементу суспільства споживання допомагає зрозуміти повсякденні механізми виробництва нерівності в нових просторах споживання а також функціонування ТРЦ як комунікативної площадки, механізми контролю змісту публіки.

Література:

1. Будза О. Общественно-развлекательный комплекс нового тысячелетия // Строительство и реконструкция. – 2000. – № 2 (51). – С. 8-9.

2. Зоська Я.В Прояви властивостей суспільства споживання в Україні // Глобальні процеси: економічний та соціологічний виміри: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Сімферополь; Ялта: Кримський інститут бізнесу УЕН, 2011. – С. 107-110.

3. Мезенцева Н.І., Бура Т.Л. Територіальні особливості розміщення торговельно-розважальних центрів в Україні // Матеріали науково-практичної конференції «Реґіон-2012: пошук стратегії оптимального розвитку». – Х., 2012. – С. 39-42.

Хейтспіч в українських медіа

Сухойван Олександра Дмитрівна, студентка 3-го курсу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара.

Хейтспіч, або «мова ворожнечі», як це поняття прийнято перекладати, стає дедалі популярним в Україні. У певному сенсі ми кожного дня стикаємося з такою практикою. Але пересічний громадянин, який немає соціально-гуманітарної освіти, навряд чи зможе розпізнати хейтспіч

у повсякденному житті. «Мова ворожнечі» постає вдалим маніпулятивним інструментом. Адже за допомогою неї можна побудувати систему відносин, яка буде вигідною для однієї зі сторін. Щоб зрозуміти явище та детально його вивчати, необхідно розібратися принаймні з його етимологією.

Тож «hate» з англійської мови перекладається як ненависть, ворожнеча, а «sreesh» – мова. Подекуди можна знайти переклад «риторика ненависті». Такий варіант може використовуватися на рівні з «мовою ворожнечі». Хейтспіч зазвичай направлена на групи населення, що є вразливими. Це можуть бути різні расові групи, люди іншого віросповідання і т.д.

Існує дванадцять документів, які регулюють вживання хейтспіч у публічному просторі. Але проблема постає не в тому, що таких документів замало, а в тому, що всі вони по-різному можуть викладати поняття. Протидія «мові ворожнечі» у ряді країн спирається на нормативно-правову базу. Так у Німеччині з 1 жовтня 2017 року діє закон направлений на боротьбу з мовою ворожнечі в Інтернеті. Він зобов'язує онлайн-сервіси видаляти матеріали, які пов'язані з можливим розпалюванням ненависті по відношенню до окремих груп населення. Термін для видалення матеріалів – одна доба. Якщо матеріал не видалено через добу, накладається штраф у розмірі 50 мільйонів євро [1].

В Україні хейтспіч регулюється також законом. В Україні окремі складові протидії використанню інформації для розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі закріплені у законах України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-ХІІ у ст. 28) [2], «Про телебачення і радіомовлення» від 21.12.1993 № 3759-ХІІ, стаття 3, п. 7 [3], «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16.11.1992 № 2782-ХІІ30 [4]. Цими документами закріплено зобов'язання держави не допускати

систематичного цілеспрямованого розпалюванні расової, національної та релігійної ворожнечі; неприпустимість зловживання правом на інформацію та її використання для розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі. Але вони не охоплюють навіть половини з вразливих груп. Тож є недосконалыми. Ця ситуація наявна, тому що у вітчизняному законодавстві відсутнє чітке визначення «мови ворожнечі». Деякіскладові цього поняття використовуються у ч. 1. ст. 161 Кримінального Кодексу України, де встановлюється відповідальність за «розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті» [5].

«Мова ворожнечі» – це один із проявів дискримінації. За даними дослідження «Що українці знають і думають про права людини: загальнонаціональне дослідження» [6], що проводилося Секретаріатом Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини разом із Центром інформації про права людини у співпраці з Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва у 2016 році, 15,6% респондентів вважають, що проблеми дискримінації в українському суспільстві є дуже серйозною, 43,9 % – проблема загалом серйозна, але є більш важливі проблеми, а 25,7 % опитаних не вважають дискримінацію проблемою. При цьому лише 18% міського населення вважають проблему дуже серйозною, а серед сільського населення цей показник складає 11%.

За результатами контент-аналізу, наданого Національною спілкою журналістів України (НСЖУ) та Незалежним медіа профсоюзом України (НМПУ) встановлено, що рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ не являється високим - 1,7% від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії. Контент-аналіз був проведений на основі моніторингу 940 828 повідомлень українських ЗМІ, 30% з яких стосувалися теми війни з Росією, і +1500 повідомлень провідних

українських блогерів у Facebook за серпень 2015 за темами Росії, Криму і Донбасу, за допомогою системи моніторингу ЗМІ Медіатека [7].

Отже, хейтспіч – наявна проблема в українському публічному просторі, адже є проявом дискримінації. До того ж відсутність врегульованих нормативно-правових актів щодо протидії цьому явищу ставить «мову ворожнечі» у ряд нагальних проблем.

Література:

1. Germany votes for 50m euro social media fines. – Режим доступу: <http://www.bbc.com/news/technology-40444354>

2. Закон України «Про інформацію». – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>

3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення». – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>

4. Закон України «Про друковані засоби масової інформації в Україні». – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>

5. Кримінальний Кодекс України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/page5>

6. «Що українці знають і думають про права людини: загальнонаціональне дослідження». – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/Ombudsman's%20project/HumanRightsUa.pdf>

7. Рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ не є високим – дослідження. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/riven_vikoristannya_movi_vorozhnechi_v_ukrainskikh_zmi_ne_e_visokim_doslidzhennya/

Дитяча субкультура в просторі сучасного міста

Усага Тетяна Віталіївна, студентка 2-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Дитинство як соціальний феномен виступає предметом досліджень різноманітних наук, в рамках яких на сучасному етапі розвитку соціологічної науки сформувалося декілька напрямів його вивчення – соціологічний, етнографічний,

психологічний, історичний, породивши концептуальне та понятійне різноманіття в вивченні даного явища. Соціологічний напрямок орієнтований на вивчення процесів соціалізації дітей, на вивчення взаємозв'язків між вихованням в родині та соціальними процесами, в рамках яких функціонують інститути соціалізації та здійснюють свою діяльність основні агенти соціалізації.

У зв'язку з тим, що останні десятиліття історії суспільств пов'язані з інтенсивними процесами розвитку, які знаходять своє відображення в тому числі і в розповсюдженні міського образу життя (тобто в процесі урбанізації), ми вважаємо за потрібне сконцентрувати дослідницьку увагу на міському середовищі, в просторі якого, соціалізація дітей набуває принципово інший характер, відмінний від того ж самого процесу в сільській місцевості.

Міське соціальне середовище дає ресурси для розвитку, підтримує та охороняє дитинство, але також створює ризики для фізичного та психічного здоров'я, життя дітей. Міста представляють собою втілення багаторівневого структурування та стратифікування мешканців міста, сукупністю їх соціальних практик. Стрімкість відносин в сучасному місті, динамічність життя демонструють нам ущільнення, напруженість, прискорення часу, які в свою чергу насичують простір унікальними подіями та практиками, які формують соціальні позиції акторів. Це визначає різноманіття повсякденного життя людей, а також дітей, які соціалізуються в швидкоплинних міських умовах.

Для соціологів місто – це система, яка має структурно-функціональні підстави свого походження та існування. Згідно з положеннями структурно-функціональної теорії, система «місто» складається з взаємопов'язаних підсистем, які функціонують та відтворюються згідно з зразком та ціннісними ідеалами системи з метою

збереження рівноваги та адаптації її до умов існування. Діти як елемент соціально-демографічної структури системи «місто» включені в його життя та в рішення функціональних імперативів AGIL, успішна реалізація яких, створює рівновагу та забезпечує функціональність системи. Діти відтворюють раніше задану модель життя в місті чи змінюють його. Відтворення шаблону соціальної діяльності дитинства здійснюється згідно з закладеними в його функціями, цілями, орієнтирами в контексті забезпечення стабільності існування системи міста.

Збільшення рівня розвитку технологій істотно відображається на ритмі життя мешканців міста та дітей в тому числі. Це визначає необхідність раціоналізації всіх її сфер. Дозвільне середовище в цьому сенсі не виключення. Відсоток розвиваючих, рекреаційних та культурних компонентів, які характеризують соціальну активність поза домашнім дозвіллям помітно збільшилася та інформація про заклади для розвитку дітей та молоді стала більш доступною для користувачів мережі Інтернет. Як приклад, приведемо Відкриту карту Дніпра, на якій можна побачити вже близько 728 дитячих ігрових зон, до яких входять: спортивні, дитячі, футбольні, тренажерні майданчики та місця для занять воркаутом для молоді.

На нашу думку, місто є платформою для втілення різноманітних проєктів, ідей та можливостей для розвитку дітей та молоді, але не потрібно забувати, що сучасні міста можуть приховувати в собі багато небезпек для життя та здоров'я Ваших дітей, тому батьки повинні пильно контролювати своїх чад, незважаючи на зайнятість роботою чи домашніми справами, щоб в майбутньому не потрапити в неприємну ситуацію.

Вторинна зайнятість студентської молоді м.Дніпро
Федіна Вікторія Олександрівна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

У сучасному глобалізованому суспільстві питання зайнятості молоді є досить актуальною темою, адже дослідження студентства як особливої соціальної групи дуже розповсюджене явище. Саме в студентські роки відбувається не тільки накопичення знань, а й застосування їх у практичній діяльності. Існує достатньо факторів, які пояснюють положення даної групи в трудовій сфері.

В умовах ринкового формування сучасної економіки, коли відбувається скорочення працездатного населення, і частки зайнятих кадрів швидко зростає кількість працюючих студентів, зазвичай денної форми навчання, які намагаються поєднати навчання з трудовою діяльністю. Праця молодого покоління-студентів отримала масовий характер.

Відміни системи розподілу випускників для подальшого працевлаштування, інфляція та інші чинники - примушують студентів виживати, це є одна з найгостріших соціальних проблем, і праця виступає своєчасним «рятувальним кругом».

У сучасному світі існує безліч причин, які пояснюють, те, що сучасний студент рано вступає в трудові відносини. Частіше за все це пов'язано з матеріальним становищем самого учня, а також його сім'ї.

Проблематика зайнятості і працевлаштування студентів, в її різноманітних вимірах є достатньо розробленою темою у зарубіжній соціології, особливо в класичній. Також даною проблематикою займалися і українські науковці, які також присвятили свої праці вторинній зайнятості українського студентства. Серед них Пухлій В., Вознюк-Богів І., Качан Г.М., Гринькевич О., Калиновська Г. та інші.

Емпіричною базою є результати авторського дослідження, проведеного методом опитування на тему «Вторинна зайнятість студентів» (лютий, 2017 року); данні соціологічного дослідження «Якість життя студентів ДНУ», що було проведено кафедрою соціології ДНУ ім. Олесь Гончара у 2012 році, N=524, дані всеукраїнського соціологічного дослідження «Сучасне студентство України», проведеного Інститутом Горшеніна у 2012 році, дані соціологічного дослідження «Вторинна зайнятість студентської молоді м. Києва», що було проведене Державним інститутом сімейної та молодіжної політики у 2012 році, N=804.

Вторинна зайнятість студентів розглядається як феномен, що має складну структуру і неоднозначно впливає на професійну освіту студентів. Роль вторинної зайнятості істотно розрізняється для різних груп, і можна вказати, принаймні, на три її різних прояви. У першому з них вторинна зайнятість практично ніякого відношення до професійного самовизначення не має: це тимчасова підробіток студентів, що виконують малокваліфіковану роботу. Дві інших функції вторинної зайнятості пов'язані з професійним самовизначенням і багато в чому визначають його різні шляхи. На першому з них вторинна зайнятість допомагає студенту придбати досвід роботи з одержуваної спеціальності і в якихось випадках навіть визначитися з підприємством для роботи після закінчення ВНЗ. І у своїй третій функції вторинна зайнятість допомагає студенту визначитися з професією, яка не збігається з одержуваною у ВУЗі спеціальністю, і тим самим задає йому новий шлях професійного розвитку [2, с. 91].

У сучасному світі питання економічного становища і матеріального забезпечення студентів має досить гострий характер. Це пов'язано з великою кількістю аспектів, що впливають на життєдіяльність учня. Безробіття, маленькі стипендії, зниження рівня життя, криза та інші причини

підштовхують молодих людей до пошуків додаткової зайнятості.

В умовах ринкових реформ, економіки, разом зі збільшенням кількості працездатного населення зростає і контингент студентів, зокрема денної форми навчання, які намагаються поєднувати навчання і роботу.

З 2013 року за ініціативи та фінансової підтримки Міжнародної організації праці в Україні реалізується обстеження «Перехід молоді від навчання до стабільної роботи». Подібні дослідження проводять в 28 країнах з низьким і середнім рівнем доходу з метою допомоги урядам цих країн в розробці і впровадженні ефективних політичних рішень з молодіжної зайнятості.

Специфіку вторинної зайнятості студентів можна визначити за допомогою емпіричного дослідження «Якість життя студентів ДНУ», яке було проведено на базі наукової лабораторії кафедри соціології ДНУ ім. Олеса Гончара в 2012 році. Дослідження проводилося з використанням методу роздаткового анкетного опитування. В дослідженні була використана багатоступенева квотно-гніздова вибірка. Опитуванню підлягали студенти, які навчаються на другому (мають порівняно невеликий досвід навчання в ДНУ) і на четвертому курсі (мають значний досвід навчання в вищій школі). Всього було опитано 5% студентів денної форми навчання. На комп'ютері оброблено 524 анкети [3, с. 4-5].

Усього 16,3% студентів мають постійну роботу, 30,4% підробляють час від часу, проте велика частина опитаних (53,3%) не мають підробітків. В цілому ж в останні роки спостерігається тенденція збільшення кількості студентів, які підробляють. Багато студентів починають підробляти вже з 1-го курсу. Серед старшокурсників ті, хто ніколи не підробляв, становить менше 20% [3, с. 12-13].

Якщо зрівняти з результатами авторського соціологічного дослідження, можна побачити такі

результати: більшість опитаних все-таки підробляють не залежно від ВНЗ в якому вони навчаються. По студентам Дніпровського національного університету ім. О.Гончара (ДНУ) (45,5%), Національної металургійної академії України (НМетАУ) (36,0%), Дніпровської медичної академії МОЗ України (ДМА) (42,1)%. Тобто можна побачити тенденцію зросту кількості працюючих студентів. А відсоток не працюючої студентської молоді зменшився ДНУ (13,6%), НМетАУ (16%), ДМА (35,7%).

Просліджується досить стійка тенденція зростання кількості студентів, що мають додаткову зайнятість під час навчання у ВНЗ. При цьому істотної різниці між кількістю зайнятих студентів ДНУ, НМетАУ та ДМА не зафіксовано. Сучасний студент приходиться до необхідності забезпечення власного благополуччя не за рахунок батьківської підтримки, а виключно завдяки власним ресурсам.

У 2012 р. Інститут Горшеніна провів соціологічне дослідження на тему «Сучасне студентство України». Було опитано 1200 студентів вищих навчальних закладів в містах-мільйонниках: Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Одеса та Львів. Похибка репрезентативності дослідження не перевищує +/- 2,9% [4].

Найбільш значущою цінністю в трудовій сфері для більшості українських студентів (75,8%) є високий заробіток. Перспективи кар'єрного зростання представляють особливу цінність для 60,7% молодих людей, а для кожного другого студента (45,4%) має значення можливість творчої самореалізації в роботі. Близько третини респондентів (36,7%) цінують дружний колектив, а для чверті (28,3%) важлива робота за фахом. При цьому для 16,2% опитаних важливий соціальний пакет, для 15,1% – хороше керівництво, для 14,3% – престижність роботи, для 12,2% – популярність кампанії, її репутація. Кожен десятий студент (10,4%) цінує вільний графік роботи,

4,8% – щадний режим роботи, 3,5% – близькість роботи до місця проживання. Відповідь «інше» на це запитання дали 3,2% молодих людей, а 1,5% важко відповісти на нього [4].

З даного дослідження видно найбільш значущі цінності можна пояснити тим, що молоді люди прагнуть себе реалізувати в кар'єрі, мати високий заробіток і реалізувати себе як особистість, а не умови праці, які може надати роботодавець.

Порівнюючи з авторським дослідженням можна прослідкувати деяку схожість.

Згідно результатів авторського дослідження видно, що одним з лідируючих мотивів є бажання поліпшити матеріальне положення (47,9%). Тобто за рахунок високого заробітку молоді люди можуть поліпшити своє матеріальне положення. Ще одними з головних мотивів, що підштовхують студента йти працювати це бажання набути досвіду для майбутньої спеціальності (33,7%). Це свідчить про те, що за допомогою набуття досвіду роботодавець буду цінувати працю і це допоможе набути кар'єрний зріст. Центральною мотивацією піти працювати у студентів є бажання мати свої особисті гроші (62,8%).

Мотивації трудової діяльності студентів, які працюють можна умовно розділити на наступні групи мотивів: мотиви забезпечення і мотиви визнання.

Мотиви забезпечення включають: бажання бути матеріально незалежними, необхідність оплачувати навчання, платити за житло, допомагати батькам. Завдяки таким мотивам можна прослідкувати орієнтацію на матеріальне забезпечення.

Мотиви визнання освітлюють прагнення реалізувати за допомогою праці свій потенціал і здібності: отримати досвід за фахом, прагнення до власної реалізації, бажання отримати досвід роботи для професійного зростання.

Відсоток студентів, що працюють для того, щоб забезпечити себе матеріальними засобами, можна

пояснити бажанням бути незалежними в матеріальному плані від батьків, а також поліпшити матеріальне положення.

Одним із прикладів соціологічного дослідження вторинної зайнятості студентської молоді в Україні є опитування студентів м. Київ, проведене у 2012 р. Державним інститутом сімейної та молодіжної політики, на тему «Вторинна зайнятість студентської молоді м. Київ». Дослідження передбачало визначення обсягів і мотивів вторинної зайнятості серед студентів денної форми навчання, її впливу на навчальний процес та подальше працевлаштування. Метод дослідження: структуроване інтерв'ю (face-to-face). Респондентів обирали методом випадкового відбору за допомогою скринінгового запитання і квот за віком, статтю, курсом і формою навчання. Розмір вибірки склав 804 особи серед студентів Києва денної форми навчання віком від 17 років і старше [1, с. 128].

Українські студенти, які навчаються в Києві, віддають перевагу такому підробітку, як розповсюдження рекламних листівок, робота кур'єром, продавцем і вантажником [2, с. 93].

Згідно результатів авторського дослідження опитані віддають перевагу таким професіям: продавець-консультант (10%), робота в сфері ІТ (10%), оператор ПК (99%), адміністратор/менеджер (8%).

Але не різноманітність професій, не завжди збігається, з обраною спеціальністю у ВНЗ. Так, більшість студентів ДНУ вважають, що спеціальність, на якій вони навчаються, і робота не пов'язані. Причина в тому, що інтереси в навчанні і інтереси в житті можуть відрізнятись і не завжди можна знайти роботу, яка збігається зі своєю спеціальністю. До того ж, більшість престижних і високооплачуваних професій, вимагають досвіду в роботі, а так як студент молодий то він намагається набратися

досвіду в інших сферах, які хоча б частково пов'язані з отримуваною спеціальністю.

У випадку студентів НМетАУ і ДМА навпаки, більшість опитаних намагаються працювати по професії. Адже для типових студентів-медиків і студентів-інженерів це набуття досвіду у своїй сфері.

Саме такий набір сфер трудової діяльності пояснюється їх доступністю і привабливістю, адже вони показують необхідність в молодій робочій силі і мають менш регламентовані умови найму і роботи.

Досліджуючи матеріальне становище одержали наступні результати. В основному студентами відзначається що «... грошей вистачає», це відповідає середньому рівню достатку, даний варіант відповіді обрали 37,7% респондентів. Далі відповіді полярно розділилися, низький і дуже низький рівень доходу, що відповідає рівню життя за межею бідності, 27,0% відзначили і 7,1% відповідно; на високому і дуже високому рівні достатку вказав 26,4% і 2,1% відповідно. У розподілі за формою навчання спостерігається зміщення в бік більшої задоволеності своїм матеріальним становищем. Особливо це відмічається студентами бюджетної форми навчання і отримують стипендію «... живу в достатку» – 47,6%. На середній рівень доходів також вказували і студенти-контрактники. Думки студентів, які навчаються на бюджеті і не отримують стипендію, по всім параметрам розподіляються практично рівномірно. Студенти вказують як на дуже високий і високий рівень доходу (12,5% і 25% відповідно), так і на низький і дуже низький рівень (25,7% і 25% відповідно), це може бути пов'язане з домаганнями студентів і уявлення про дохід з позиції максималізму, який характерний для даного віку [3, с. 6-7].

Результати власного дослідження представляють наступні дані. Більшість студентів-бюджетників оцінюють своє матеріальна становище як в основному грошей

вистачає, але придбання товарів важко дається (31,9%). Більшість студентів, які навчаються на платній основі можуть оцінити як живу забезпечено, але здійснити деякі покупки поки не в змозі (38%).

Матеріальне становище впливає на потребу студента у вторинній зайнятості – потреба у роботі. Різні чинники, що впливають на матеріальне становище, такі як місце проживання, матеріальне становище сім'ї, наявність та частота матеріальної підтримки від батьків, впливають на потребу студента у вторинній зайнятості - потреба у роботі, а точніше в отриманні заробітної плати.

Порівнюючи результати авторського дослідження і опитування «Якість життя студентів ДНУ» стосовно рівня доходу опитаних, можна сказати, що зараз більшість студенти мають дохід 2000-4999 грн.(39,9%).

Це пояснюється тим, що в той час основним доходом у студентів була лише стипендія і допомога батьків, так як на той час мало хто працював. На даний час більшість студентів отримують не лише стипендію, а й підробляють.

Щодо середньої заробітної плати, яку отримують столичні студенти, то вона становить близько 2,5 тис. грн. на місяць. Зайнятість студентів зростає від 21% працюючих на 1 курсі (з них 8% постійно і 19% – періодично) до 85% на п'ятому (відповідно 45% і 24%) [2, с. 93].

Середній рівень зарплати студентів становить мінімальній зарплаті по Україні, при цьому зарплата більшості студентів все-таки відповідає прожитковому мінімуму.

Якщо порівнювати дані щодо причин, чому раніше не працювали то отримуємо такі дані. Як для студентів міста Києва , так і для студентів міста Дніпро головною причинами є робота заважає добре вчитися (44% і 24% відповідно), не вистачає часу на роботу (32% і 23% відповідно).

Наведені вище оцінки корелюють з результатами іншого

репрезентативного вибіркового обстеження [1, с. 128].

До пошуку роботи студентів більшою мірою підштовхує бажання мати свої власні гроші і необхідність матеріальної підтримки батьків, а так само робота дозволяє встановлювати контакти та налагоджувати зв'язки, які можуть стати в нагоді в майбутньому. Більшість підробляє під час канікул. Вони працюють продавцями, кур'єрами, офіціантами, адміністраторами, розповсюджувачами. Цей список можна продовжити, тому що існує цілий список причин, які є важливими у вирішенні питання поєднання роботи і навчання. Серед цих причин найбільш важливими є: бажання мати власні гроші; необхідність заробляти на життя, бажання поліпшити матеріальне становище своєї родини, робота, як спосіб отримання незалежності від батьків; необхідність платити за навчання [2, с. 93].

Однією з поставлених завдань авторського дослідження є визначити проблеми об'єднання навчання та роботи студентів.

Основними проблемами поєднання роботи і навчання у респондентів це: не вистачає часу для нормального об'єднання роботи та навчання (37,8%), перевтома (34,3%). Тобто більшість студентів перевтомлюється, при об'єднанні роботи і навчання. Так як потрібно все встигнути і на навчанні і на роботі, організм послаблюється і саме з цього дане об'єднання дається нелегко учням.

Емпіричні дані підтверджують, що студенти старших курсів (IV і V) дуже часто пропускають зайняття (18,9% і 29,7%). Це можна пояснити тим, що маючи достатній досвід навчання в університеті дає змогу приділити більше уваги роботі. А от студенти, які тільки розпочали навчатися у ВНЗ тобто I та II курс не пропускають зайняття (39,5% і 57,4% відповідно).

Отже, дані, представлені в трьох дослідженнях показують актуальність проблему зайнятості студентської молоді. Показник зайнятості студентів з кожним

роком зростає і це дає підставу на подальший розгляд і дослідження даної проблематики. В умовах економічної кризи головними мотивами, які спонукають студентів працювати це матеріальне забезпечення. Різноманітність професій пояснюється їх доступністю і привабливістю, адже вони показують необхідність в молодій робочій силі і мають менш регламентовані умови найму і роботи. Поєднуючи роботу і навчання виникають певні труднощі, які позначаються на якості навчання.

Таким чином, згідно із сучасними дослідженнями, зайнятість – це діяльність, тобто сукупність систематичних актів, цілеспрямованих на поведінку суб'єктів-індивідів. Це суспільні відносини між людьми економічного характеру.

У сучасному суспільстві особливого значення набуває соціалізація, ціннісні орієнтації та адаптація студентської молоді, оскільки саме ця група забезпечує відтворення і формування висококваліфікованих фахівців в різних галузях. Оскільки студентство є специфічною частиною широкої соціально-демографічної групи – молоді, то загальні особливості становища молоді в цілому визначають і умови розвитку студентства.

Провівши власне соціологічне дослідження, ми прийшли до наступних висновків, які відображають специфіку вторинної зайнятості студентів.

1. Результати показали, що більшість студентів працюють і це говорить про актуальність даної проблеми в суспільстві. За останні роки все більше студентів замість відвідування лекцій в університеті поспішають на роботу. Багато з них працюють, звісно, не за фахом. Бо знайти роботу за спеціальністю без диплома дуже важко.

2. Найпоширенішими сферами вторинної зайнятості українських студентів є сфера послуг, торгівлі, культури і творчості, науки, медицини і інженерії. Цю тенденцію можна пояснити, в першу чергу, активним розвитком

даних сфер в нашому суспільстві, а також найбільшим попитом молоді саме в цих сферах економіки.

3. Основним мотивом додаткової зайнятості українських студентів є необхідність забезпечувати себе матеріальними засобами.

4. Об'єднання роботи з навчанням на денній формі створює протиріччя – надзвичайний дефіцит часу, який позначається або на якості навчання, або на сімейних взаємовідносинах, а у кінцевому результаті призводить до зниження інтенсивності інтелектуального та емоційного життя.

Таким чином, останніми десятиліттями вторинна зайнятість студентів стала предметом численних соціолого-економічних розвідок в Україні, близькому і дальньому зарубіжжі. Результати досліджень підтверджують зазначені тенденції щодо поширення вторинної зайнятості студентів, основні мотиви, проблеми поєднання роботи з навчанням, а також оцінку матеріального і професійного становища. Дана проблематика потребує в подальшому більш детального дослідження і аналізу вторинної зайнятості студентів.

Література:

1. Гринькевич О. С. Вторинна зайнятість студентсько ї молоді в Україні у контексті аналізу її освітньо-професійних цінностей // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 19, ч. 2. – С.127-130.

2. Качан Г. М. Вплив вторинної зайнятості на професійну освіту студентів // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Сер.18: Економіка і право. – 2013. – Вип. 23. – С. 91-97.

3. Отчет по результатам социологического исследования «Качество жизни студентов ДНУ» / Авт. колл.: В. Г. Городяненко, А.В. Гилюн, А.М. Ячный, В.А. Бойко и др. – Д.: ДНУ им. Олеса Гончара, 2012. – 159с.

4. Результаты социологического исследования Института Горшенина «Современное студенчество Украины». – Режим доступа: <http://institute.gorshenin.ua>

Соціальна реклама у просторі міста
Федорко Інна Олександрівна, студентка 4-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

Простір сучасного міста дедалі більше наповнюється візуальними конструктами, а саме – рекламою. На даний час досить популярною стає один з її видів – соціальна реклама. Під «соціальною рекламою» розуміють особливий вид розповсюдження некомерційної інформації, яка спрямована на подолання соціальних проблем. Це інформаційний феномен і важливий інструмент у формуванні цивілізованого суспільства. За її допомогою держава, органи влади, а також суспільні громади та активісти окреслюють проблеми соціуму й визначають шляхи їх розв'язання. Особливість соціальної реклами полягає ще й у тому, що вона одночасно є видом мистецтва, компонентом соціальної політики та механізмом впливу на формування громадської думки. Через систему образів, мовних засобів рекламні ідеї висвітлюють те, що хвилює суспільно-активних членів держави.

Метою соціальної реклами є протистояння негативним впливам, позитивно впливати на людську свідомість, особливо на формування певного стилю, способу життя молодого покоління. Соціальна реклама за своєю природою не надто відрізняється від комерційної. І перша, і друга закликають щось зробити. Інша річ, соціальна реклама закликає робити соціально-корисні речі, тобто зовсім не шкідливі ні для суспільства, ні, тим паче, для індивіда[2].

Основним джерелом виникнення соціальної реклами є сучасне громадське життя, яке сповнене безліччю конфліктних ситуацій, протистоянням на рівні соціальних груп і тому гостро потребує творчих стимулів та процесів. Ігнорування соціальної реклами як одного із засобів роботи з громадською думкою, її виховної та адаптивної

функцій, впливає на ефективність роботи соціальних служб. Соціальну рекламу слід розглядати як один з методів роботи та впливу соціальних служб і громадських організацій на соціум[4].

Суспільна реклама передає повідомлення, яке пропагує певне позитивне явище, демонструє суспільні орієнтири, зразки для наслідування. Тобто йдеться насамперед про ідеї, які мають соціальну цінність і які повинні змінити ставлення суспільства до важливих соціальних питань, а в довготривалій перспективі – сформувати нові соціальні цінності. Для того, щоб виявити прямий зв'язок соціальної реклами і суспільства на сучасному етапі, необхідно дати визначення поняттю «інформаційне суспільство». Інформаційне суспільство – це, по-перше, суспільство, в якому створені значні інформаційні ресурси, виробництво, зберігання, поширення і передача інформації стають найважливішою часткою економіки; сформувалася інформаційна індустрія – комп'ютерна і телекомунікаційна промисловість, розробники програмного забезпечення, виробників елементної бази і побутової електроніки, мультимедійна промисловість та ін.; люди мають технічні і правові можливості доступу до різноманітних джерел інформації. Інформація зараз має реальну владу та цінність. Саме інформація, володіння реальними знаннями є реальною перетворюючою силою суспільства [1].

Соціальна реклама в місті спрямована на всіх мешканців, чи то, на водіїв, молодих мам, пішоходів. Реклама виконує ряд функцій, несе в собі прив'язання таких моральних принципів (доброта, любов до ближнього, порядність, турбота про тварин та екологічні проблеми людства); схвалення благодійних акцій; удосконалення системи освіти, культурного рівня; формування смаків нації).

За ставленням наших мешканців до соціальної реклами можна судити про розвиненість самого суспільства, міста.

Якщо до соціальної реклами ставляться байдуже, а тим більше негативно, значить, мешканці просто не готові до вирішення власних проблем. Соціальна реклама є своєрідним дзеркалом, що відображає готовність людини вирішувати проблеми, що виникають. В Україні соціальна реклама є сьогодні найменш розвинутою галуззю у сфері маркетингових і суспільно політичних комунікацій. На сьогодні загальні витрати на соціальну рекламу складають на рік суму близько 200 млн. грн., що у 9-12 разів нижче ніж у країнах Євросоюзу. Виходячи із зазначеного вище показника, можна прорахувати, що на кожного громадянина України на рік припадає соціальної реклами на 4 грн. 17 коп. [3]. Сьогодні ми маємо декілька хороших роликів Фонду АнтиСнід О.Франчук, благодійні акції від мобільних операторів та кілька принтів від різноманітних компаній. На цьому перелік закінчується, з чого можна зробити висновок, що в Україні немає зацікавленості соціальною тематикою. Такий стан не є виправданим: оскільки, згідно із законодавством України щодо благодійної діяльності, держава надає пільги особам, які здійснюють на безоплатній основі діяльність з виробництва і розповсюдження соціальної рекламної інформації. Крім того, розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується за рахунок державного бюджету, повинні розміщувати соціальну рекламну інформацію державних органів безкоштовно в обсязі не менше 5% ефірного часу (друкованої площі), відведеного для реклами.

У результаті запровадження Концепції розвитку в Україні для сфери соціальної реклами має бути створена прозора, динамічна, гнучка система координування процесів розробки та розміщення соціальної реклами за допомоги відповідних комунікаційних засобів. Подальші дослідження у цьому напрямку мають бути спрямовані на розроблення сценарію кількох варіантів соціальної

реклами, що зможуть істотно вплинути на самосвідомість населення України та привнести позитивні зміни у подальше життя країни.

Насамкінець варто зазначити, що хоча частка соціальної реклами в загальному потоці рекламних повідомлень є порівняно невеликою, її роль є надзвичайно важливою: вона сприяє створенню сприятливого психологічного клімату в суспільстві, є значущим чинником позитивної динаміки громадської думки, необхідною умовою інтеграції соціальних груп та дієвим засобом соціалізації особистості. Тому забезпечення ефективності впливу соціальної реклами в сучасній Україні набуває першочергового значення.

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

Література:

1. Андрусенко А. Соціальна реклама в Україні: здобутки та перспективи // Маркетинг в Україні. – 2006. – №1. – С. 4-5.
2. Лисица Н.М. Реклама в современном обществе: монография. – Х.: Основа, 1999. – 272 с.
3. Положення Українського державного центру соціальних служб для молоді «Про соціальну рекламу в системі служб для молоді України» від 20.07.98 р. № 80. – Режим доступу: <http://www.outdoor.org.ua/law/pologennja.html>
4. Савельева О.О. Введение в социальную рекламу. – М.: РИП-холдинг, 2007. – С. 11-12.

Феминизм: убивает или развивает женственность?

Шмульська Ірина Ігорівна, студентка 5-го курсу
Дніпровського національного університету
імені Олеся Гончара.

В жизни каждого человека есть определенные задачи, требующие внимания и усилий. Образование, работа, создание семьи, обрастание связями и друзьями. Все это играет ключевую роль в жизни, от этого зависит

не только наш социальный статус, но также – наше психоэмоциональное состояние. Одиноким человек, без работы и интересов вряд ли будет считать себя счастливым человеком – напротив, получение ученой степени или рабочей специальности, хоть и временами дается с трудом, – является необходимостью и заставляет нас чувствовать себя нужными. Хотя и базовый набор из знаний, занятости и социальной коммуникации, является частью жизни каждого, список задач для женщин на порядок больше. Один из них – красота. Для того, что бы тебя приняли в обществе, так или иначе придется соответствовать – как минимум быть чистым и опрятным, носить хорошую одежду. Женщина вдобавок ко всему должна : всеми возможными способами скрывать волосы везде, кроме волос на голове; быть стройной, подтянутой; брови должны быть аккуратно выщипаны, а на лице – должен быть макияж; волосы на голове уложены, а если имеется седина, то она должна быть покрашена. У женщины обязательно должен быть маникюр, педикюр, гладкая кожа...

Можно продолжать список очень долго, но если ограничиться хотя бы этим – значит ли это, что женщину будут считать ухоженной? Необязательно. Короткая стрижка может лишить девушку той пресловутой женственности, но при этом может быть самой удобной прической. Но вопрос удобства идет первым пунктом при выборе для мужчин. Не для женщин. И казалось бы, что такого, в том, что бы женщина стремилась к, казалось бы, объективно лучшему внешнему виду? Дело в том, что генетика – суровая вещь и далеко не каждый человек при рождении обладает эталонными чертами лица, строением тела и ростом. Есть люди, которые даже при идеально правильном питании, достаточном количестве физических нагрузок, будут полными [1].

Есть люди, растительность на теле которых, будет

превышать показатель «нормы». Так же, есть люди с абсолютно несимметричными чертами лица, маленькими глазами, тонкими губами и большими носами. Что же делать таким людям, для которых единственная возможность вписаться в рамки эталонной красоты – лечь под нож? Комплексовать и всеми возможными способами скрывать свои, так называемые, «недостатки»? Перепробовать тысячу диет, голодание и изнурительные тренировки? Наносить макияж, который сделает кожу светлее, губы объемнее, а глаза больше?

Благодаря всемирному стремлению быть красивым, оказывается в выигравшей только индустрия красоты. Обычные же люди запасаются комплексами и травмами. Толстых детей оскорбляют, как сверстники, так и взрослые. И очень часто такие закомплексованные дети вырастают в таких же взрослых, продолжая движение: толстый = плохой, тощий = плохой, слишком высокий = плохой, слишком низкий = плохой.

Дело в том, что само понятие феминизма подразумевает наличие некоторых мужских черт. Именно этим «лирическим отступлением» и пользуются современные псевдофеминистки, призывая других, находящихся в здравом уме женщин, отречься, можно сказать, от всего земного и с головой погрузиться в новое движение. Здесь вам и чайлдфри, и пресловутый бодипозитив. Что это такое? Изначально – принятие себя такой, какая вы есть. Совсем неплохо любить своё тело и ухаживать за ним. Но как раз этот пункт у псевдофеминисток не учтён. Согласно их философии, ухаживать за собой не нужно вообще. Поспешим вас разочаровать: между небритыми ногами, гипертрофированной независимостью, которая подразумевает отрицание любой помощи от мужчин, и настоящим феминизмом общего нет абсолютно ничего. Скорее всего, тот представитель сильного пола, который не придерживает вам дверь в метро и не уступает места

в общественном транспорте, просто дурно воспитан, а что до небритых ног, то такую красоту не оценит даже самый либеральный мужчина [2]. Да, и если говорить о теории «стакана воды», которым в последнее время яро апеллируют представительницы нового неизведанного движения, то для её воплощения в жизнь нужно как минимум неплохо выглядеть.

Женщины перестали одеваться для мужчин и стали одеваться для себя, но не стоит соскальзывать в такого рода банальности. Никакой современный феномен не описывается такой простой формулой. Красота и притягательность для противоположного пола – штука довольно сложная и часто далекая от стереотипов массовой культуры. И понимание этого как раз и есть одно из главных завоеваний феминизма. Красота требует не только (и даже не столько) глянцевого картинку, но всяческих несовершенств, потому что именно они уникальны, а любая уникальность – остраивает и отстраивает, то есть обостряет восприятие и все пять чувств. Это как раз и вошло в моду на заре 1990-х годов. Разумеется, никуда не делись дизайнеры, заявляющие, что цель моды – одевать женщин для мужчин и делать их сексуальными в самом традиционалистском смысле этого слова. Мы всегда будем иметь, условно говоря, нашего Роберто Кавалли и его платья – как и девушек, уверенных, что именно это и есть секси. Но то, что сделали звезды интеллектуальной моды 90-х, имело самые серьезные последствия. И нынешний всплеск моды на мужские вещи, на свободные объемы, на всяческий херитедж и стрит-фэшн, на Фиби Файло и Стеллу Маккартни – это круги, до сих пор расходящиеся от брошенных тогда камней.

Женщины, конечно, не обязаны быть феминистками. У феминизма нет задачи что-либо навязывать женщинам; наоборот, одна из его целей – дать им возможность самостоятельно выбрать жизненный сценарий и иметь

условия для его реализации. Например, чтобы общество не диктовало, как должна или не должна вести себя женщина, рожать ей – или делать аборт. Более того, вполне можно быть домохозяйкой, женой, матерью и феминисткой. Главное, чтобы это было личным и осознанным выбором женщины (тут, правда, встает вопрос, насколько подобный выбор в нынешних условиях может быть свободным; особенно если семья и общество твердят о том, что главные события в жизни женщины – это свадьба и роды).

Не стоит забывать и о том, что некоторые женщины поддерживают сексизм. Существует понятие интериоризированной мизогинии – женоненавистнических взглядов, которые перенимают сами женщины. Мнение, что «все бабы дуры», стремление общаться только с мужчинами и дистанцироваться от других женщин («я не такая») – это и есть отношение к женщинам как к людям «менее качественным», свойственное патриархальной системе. И такое отношение, как ни парадоксально, можно встретить и у самих женщин.

В конце концов, многие женщины не хотят называть себя феминистками, хотя разделяют идеи равноправия. Просто потому что феминизм нередко считается чем-то маргинальным, а феминистки – неопрятными, агрессивными или несчастными в личной жизни. Стоит заметить, что одна из самых популярных современных феминисток выглядит так (но вообще каждая женщина имеет право выглядеть так, как ей самой хочется).

Феминизм становится все популярнее как система личных взглядов, в которой быть феминисткой не обязательно значит быть активисткой, то есть участвовать в акциях протеста или публично защищать права женщин, хоть в СМИ, хоть в фейсбуке. Это вызывает дискуссии о том, может ли феминизм быть «комфортным», «индивидуальным» – или же он неотделим от политики, от острых тем. Суть в том, что можно считать важными

права и проблемы женщин – и не говорит об этом, но и делу это особо не поможет.

В любом случае феминистская оптика помогает замечать как прямую дискриминацию или насилие в адрес женщин, так и нехватку мощных женских ролей в кино, сексизм в прессе или в репликах собеседника — и это неизбежно вызывает реакцию [3]. Поэтому феминизм все-таки подразумевает активную позицию, а ее границы каждая определяет для себя сама (или сам).

Женщина должна исполнить свое главное предназначение – стать матерью и хорошей женой. При этом ей никто не мешает строить карьеру. Сейчас активные женщины, которые хотят работать, только приветствуются, да и мужчины, которые порядком обленились, сейчас нуждаются в самодостаточных женщинах. Для женщины есть некоторые стандарты поведения: например, некрасиво быть шлюхой. А все остальное, учитывая, что мы живем один раз, мы спокойно можем делать.

Я не считаю зазорным стремление стать идеальной женщиной, которая успевает и работать, и быть женой, и прекрасно выглядеть. Естественно, это сложно. Но если ты хочешь и семью, и карьеру, то придется вертеться. Несмотря на то что любой женщине ради своего мужчины хочется быть хорошей хозяйкой и заботиться о нем и семье, для успешной семейной жизни очень важно, чтобы у партнеров было обоюдное желание помогать друг другу, делить домашние обязанности максимально поровну и уважать время и цели друг друга [4].

Если женщина первоклассный специалист, то ее не заменит ни один мужчина и получать она будет столько, сколько заслуживает, потому что работодатели уже давно не выбирают сотрудников по гендерному признаку. Но есть очень много профессий, для которых мужчина подходит лучше, и речь не только о его физических данных [5]. Мужчина сдержанней и не поддается эмоциям, в то

время как женщина все равно будет сильно переживать по многим причинам, и чувства будут подводить ее в экстренных ситуациях. Женщинами движут эмоции, а мужчины обладают холодным и здравым складом ума.

Приписывать родовые представления, присущие данной культуре, самой «природе человека», его половым характеристикам, согласно феминизму, – значит некритически принимать ряд скрытых патриархальных посылок – определенный тип разделения труда, иерархический принцип подчинения молодых старшим, абстрактно-технологическое понимание науки, философии, прогресса и т.д. [6]. Эти установки имеют, согласно феминизму, культурно-историческую природу и несводимы ни к собственно экономическим, ни к правовым причинам. С учетом этих посылок отношения между полами понимаются в феминизме как один из типов проявления властных отношений, поскольку под видом «объективности» воспроизводится ситуация, когда одна часть человеческого рода, имея свои собственные интересы, одновременно репрезентирует и интересы другой его части. Это соответствует специфическому пониманию «объективности», складывающемуся через научные представления, несущие на себе печать «маскулинистской ориентации».

В культурах такого типа, по мнению теоретиков феминизма, женщина представлена лишь как «Другой». Представители феминизма считают, что схемы рационального контроля, предписываемые обществом мужчинам и женщинам, по сути дела, различаются, при этом тип женской духовности остается в принципе невостребованным. Базисные схематизмы культуры осваиваются лишь в их маскулинистском проявлении.

Поэтому цель феминизма – выведение женской духовности из «сферы молчания». Признается принципиальная недостаточность традиционного

теоретического анализа и необходимость политических действий. Однако в отличие от обычного (с точки зрения принуждения) понимания политической сферы феминизм трактует ее предельно широко – как «общественные дела вообще». Такое переопределение политики в ненасильственном ключе выражается в лозунге «Личное – это политическое», в котором феминизм соединяет историко-критический анализ прав личностей с идеологией, выступая как «призыв к действию», к изменению культуры и духовному обновлению во всех сферах жизни общества [6].

Для того, что бы быть счастливым красивым быть вовсе не обязательно. Нужно быть уверенным в себе и своих силах, а от внешности это зависит мало. Каждому из нас нужно разрешить себе и окружающим принять свое тело, таким, каким оно дано природой. И изменять его, основываясь лишь на любви к себе. В небритых подмышках нет ничего деструктивного, в отличие от ненависти к своей и чужой телесности.

Литература:

1. Иллюстрированный энциклопедический словарь.– М.: «Большая Российская энциклопедия»,1999. – 896 с.
2. Феминизм: Восток, Запад, Россия / отв. ред. М.Т.Степанянц.– М.: Наука; издательская фирма «Восточная литература»,1993. – 243 с.
3. Джери Д., Джери Дж.Большой толковый социологический словарь: В 2 т.–Т. 2.– М.: АСТ, Вече,1999. – 528с.
4. Силласте Г. Г. Москва-Пекин. Социолог об итогах Всемирной конференции по положению женщин. – М.: Знание, 1996. – 94 с.
5. Успенская В. Стереотипы на пути женщин к лидерству // Феминистская теория и практика: Восток-Запад. Материалы международной научно-практической конференции. – СПб: ПЦГИ, 1996. – С. 25-32.
6. Призрак феминизма // Девичник. – 1998. – Март.

Резолюція

III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку»

м. Дніпро

20 квітня 2018 р.

Ми, учасники III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку», яка відбулася 20 квітня 2018 р. у Дніпровському національному університеті імені Олеся Гончара, фахівці з соціологічних, історичних, політичних, філософських та інших наук, громадського сектору та суспільної практики з різних куточків України – Києва, Харкова, Запоріжжя, Одеси, Івано-Франківська, Вінниці, Миколаєва, Острога, Кривого Рогу, Кам'янського, заслухавши та обговоривши доповіді, виступи та повідомлення, констатували:

1. Звернення до урбаністичних проблем, використання їх як об'єкт наукових досліджень не є випадковим, оскільки визначається тією надзвичайною роллю, яку місто відіграє у житті суспільства як у минулому, так і в сьогоденні. Місто виступає своєрідним фокусом мереж влади, культури, комунікації та інформації, фінансових, торговельних, соціальних потоків, індивідуальної та колективної уявності; простором одночасно як можливостей, так і проблем.

2. Конференція визнала дискусійним характер головних питань, пов'язаних із дослідженням міста, міського способу життя.

3. Враховуючи актуальність питань, пов'язаних із сучасним станом та перспективами розвитку міста, необхідним є активізація наукових досліджень з таких напрямків:

- Історична урбаністика, історичне минуле українських міст;
- Соціальна та історична пам'ять у просторі міста;
- Імідж, брендинг/ребрендинг, маркетинг міста;
- Процеси структурування міського простору: соціальні групи, спільноти;
- Місто як об'єкт державного управління, стратегії розвитку сучасних міст;
- Людина у просторі міста: ідентифікаційні практики, сприйняття та ставлення до міста;
- Просторовий вимір міського середовища: символічний, ментальний, комунікативний, нормативний простори;
- Соціальні проблеми, конфлікти та ризики сучасних міст;
- «Право на місто» та його реалізація, міська партисипаторна культура;
- Міські політичні режими, взаємодія влади та городян, політична активність міського населення.

4. Учасники конференції зазначили, що сучасне місто повинно стати загальним проектом для всіх його жителів. Лише відчуваючи особисту залученість у міські справи та відповідальність за місто та його розвиток, взаємопідтримку, можливо створення якісного міського середовища, комфортного для життя. У цьому зв'язку важливим є співробітництво міської влади з науковцями, які зможуть, використовуючи сучасні методики, вказати найбільш перспективні вектори розвитку міста.

Учасники конференції запропонували:

1. Схвалити та розширювати співпрацю міждисциплінарних досліджень міста у філософському, історичному, географічному, культурологічному, економічному, політологічному, соціологічному ракурсах.
2. Продовжити практику проведення наукових конференцій з міської проблематики за участю науковців,

аспірантів, студентів закладів вищої освіти України та науково-дослідних центрів, активістів громадських організацій та представників органів влади.

3. У рамках наукової співпраці налагодити проведення спільних конкретних соціологічних досліджень міста та міської проблематики. Зокрема, пропонується проводити щорічний моніторинг громадської думки щодо ефективності діяльності міської влади, виконання міських проектів і формування пропозицій на наступний період.

4. Запропонувати міській владі налагодити співробітництво з науковцями, які займаються дослідженням міста з метою соціальної експертизи проектів, що запроваджуються міською владою. Долучити широке коло фахівців – соціологів, істориків, політологів, психологів тощо – до організації громадських слухань з питань вирішення проблем міського розвитку. Зокрема, за результатами впровадження заходів з декомунізації міського простору спільно з фахівцями з історії, соціології, психології розробити план заходів зі збереження історичної та соціальної пам'яті, створення нових комемораційних об'єктів тощо.

Ухвалено одностайно учасниками III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Урбаністичні студії: сучасний стан та перспективи розвитку» 20 квітня 2018 р.

ЗМІСТ

Вітальне слово проректора Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, професора В. В. Іваненка.....	3
Пленарне засідання	
Іваненко В. В. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара – центр урбаністичних студій у Придніпровському регіоні.....	5
Лепський М. А. Соціальна перцепція та апперцепція міста.....	8
Мусієздов О. О. Міська ідентичність у (пост)сучасному суспільстві.....	12
Висоцька О. Є. Стійке місто як модель розвитку міст майбутнього.....	15
Зоська Я. В. Споживачі освітніх послуг в умовах багатонаціонального та полікультурного середовища.....	19
Скворець В. О. Зміни як виклики життєдіяльності великих міст України.....	24
Кривошеїн В. В. Соціальні ризики урбанізованого суспільства.....	27
Ніколенко В. В. Творча атмосфера кав'ярень як чинник соціально-політичної активності.....	33
Радіонова І. О. Нова урбаністична криза: у пошуках стратегій виходу	40
Шепеленко І. П. Інноваційний потенціал сучасного міста.....	43
Вершина В. А., Михайлюк А. В. Семиотическое пространство города.....	46
Городяненко В. Г. Методика преподавания социологических дисциплин в современной историографии.....	48
Нагорняк Т. Л. Міста в перспективі «Нової Європи»...57	
Світленко С. І. Діяльність Д. І. Яворницького по збереженню історичної пам'яті українців у дореволуційному Катеринославі.....	62
Водотика Т. С. Трансформація київського комерційного простору в другій половині XIX – на початку XX ст.....	67
Квітка С. А. Формування партнерських відносин між	

місцевою владою та бізнесом.....	73
Петренко-Лисак А. О. Четверті місця: спільні, публічні та громадські простори міста.....	78
Познанська К. В. Публічний простір міста у віртуальній реальності.....	80
Савчук Н. І. Катеринослав на мапі учнівських екскурсій початку ХХ ст.: туристична локація чи транзитна зупинка?.....	83
Чернова Л. Є. Реновації публічних просторів у контексті світових тенденцій та перетворень в Україні в пострадянський період.....	85
Шуліка А. А. Проблеми політичної бідності в сучасному місті.....	89
Круглий стіл «Дніпро – місто, дружнє для людини»	
Висоцький О.Ю. Мер міста як дзеркало ідентичностей його жителів (на прикладі Дніпра).....	95
Тупиця О. Л. Експертний потенціал міста Дніпро.....	99
Гудзенко О. З. Образ міста Дніпро як чинник міської ідентичності городян.....	103
Демичева А. В. «Право на місто» як колективне право сучасних городян: змістовне наповнення та реалізація.....	105
Макаренко В. А. Місто як простір соціального проектування.....	108
Міхно Н. К. Елементи ментальної архітектури в міському просторі.....	111
Склярєнко К. О. Актуальний стан економічних проблем дніпрян: соціологічний вимір.....	114
Стриж А. Є. Проблемне поле м. Дніпро: можливості соціологічного дослідження.....	119
Сокол М. А. Патріотизм у міському комунікаційному просторі (на прикладі м. Дніпро).....	122
Худий Є. В. Участь молоді у громадському житті міста.....	128
Андрєнова В. І. Перейменування міста як стратегія ребрендингу (на прикладі м. Дніпро).....	133
Секція № 1	
Близняк М. Б. Городяни Волині ХVІІІ ст.: національний склад та конфесійні характеристики.....	139

Бойко В. А. Адаптаційні стратегії людей похилого віку як референт якості життя у просторі сучасного міста.....	143
Бондаренко З. П. Соціально-психологічна підтримка людей похилого віку сучасними студентами-волонтерами.....	145
Бортнікова А. В. Управління в містах Волині за книгою записів №8 Литовської метрики.....	156
Гилюн О. В. Дуальна вища освіта: сутність та передумови її впровадження в Україні.....	162
Зубарева О. І. Контексти актуалізації соціологічного модусу дослідження здоров'я в сучасному українському суспільстві.....	165
Ковальська-Павелко І. М. Історична пам'ять у просторі сучасного міста.....	170
Комих Н. Г. Методологічна оптика візуальних досліджень міста.....	174
Лазаренко В. І., Потапова Н. В. Психологічне навчання без вікових меж.....	179
Легеза С. В. Місто як фронтір: репліки масової культури.....	186
Ставченко С. В. Кризове управління містом в умовах децентралізації.....	191
Ходус О. В. Приватизационные тренды в пространстве города.....	195
Ячний А. М. Праксеологічні проблеми соціології управління.....	198
Секція № 2	
Нестеренко В. О. Актори формування міського простору Харкова впродовж ХІХ – початку ХХ ст.....	206
Денисенко І.Д., Воронкова А. І. Мода в урбаністичному просторі: соціологічний вимір.....	208
Лобанова А. С., Каритка В. В. Екологічний стан промислового міста як ризик для здоров'я його мешканців (на прикладі м. Кривий Ріг).....	211
Баласанян В. Г. Солідаризація у міських спільнотах: досвід дослідження у м. Одеса.....	217
Безуглий П. Г. Сучасні тенденції внутрішньої міграції в Україні.....	220
Боженко А. О. Візуалізація модерності: Харків у зображальних джерелах другої половини ХІХ – початку	

XX ст.....	223
Михальська В. В. Формування іміджу постконфліктної території: уроки для України.....	225
Савельєва Т. П. Суспільні рухи у соціальному просторі міста.....	228
Секція № 3	
Антіпова В. П. Спосіб життя у міському просторі.....	231
Бацановська Є. В. Концепція людського розвитку та її вплив на сучасне місто.....	233
Берелет В. Ю. Вплив релігійних конфесій на процес державотворення в Україні.....	240
Білокурова О. В. Проблеми та перспективи розвитку Дніпропетровщини.....	244
Білоус В. М. Вплив засобів масової інформації на соціальне виховання дитини.....	250
Болсун А. А. Конструювання ідентичності у просторі міста.....	256
Бузук Д. С. Репрезентації «краси» у міському просторі.....	258
Віценко К. С. «Місця пам'яті» в міському просторі.....	264
Жарко Я. Ю. Історична пам'ять в міському просторі як об'єкт соціологічного аналізу.....	267
Замковий М. Ю. Безробіття в умовах сучасного великого міста: соціологічний аспект.....	270
Івахненко С. І. Їжа в просторі міста: репрезентація гастрономічного.....	273
Калінчук О. А. «Корейська хвиля» та її репрезентації у соціокультурному просторі міста.....	277
Кліменічева А. В. Особливості висвітлення волонтерського руху у великому місті.....	280
Костенко К. І. Здоровий спосіб життя в структурі ціннісної системи сучасного студентства м. Дніпро.....	283
Левченко О. О. Репрезентація віку у просторі міста.....	286
Маренюк В. О. Конструювання жіночого образу в просторі міста.....	289
Михлик О. С. Зовнішня реклама у міському просторі.....	292
Павлюк В. О. Гендерні стереотипи в рекламному дискурсі міста.....	294

Раку Д. О. Екологічні практики у міському середовищі.....	299
Рибченко Ю. О. Торговельно-розважальні центри як елемент суспільства споживання.....	302
Сухойван О. Д. Хейтспіч в українських медіа.....	305
Усата Т. В. Дитяча субкультура в просторі сучасного міста.....	308
Федіна В. О. Вторинна зайнятість студентської молоді м. Дніпро.....	311
Федорко І. О. Соціальна реклама у просторі міста....	322
Шмутьська І. І. Фемінізм: убиваєт или развиваєт женственность?.....	325
Резолюція	333
ЗМІСТ	335

Наукове видання

ЗБІРКА МАТЕРІАЛІВ

III Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Урбаністичні студії: сучасний стан
та перспективи розвитку»
(м. Дніпро, 25 квітня 2018 р.)

Відповідальний за випуск професор В. В. Кривошеїн

Підписано до друку 09.05.2018. Формат 30×42/4.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 19,2.
Тираж 100 прим. Зам. № 09052018

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
серія ДК № 5373 від 03.07.2017 р.

Віддруковано з готового авторського оригінал-макета