

Міністерство освіти і науки України
Національна академія наук України
Південний науковий центр НАН та МОН України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
Первинна профспілкова організація ЧНУ імені Петра Могили
Інститут української археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського НАНУ
Державний архів Миколаївської області
ДУ «Національний науковий центр радіаційної медицини НАМН України»
Державний аграрний університет Молдови (Кишинів)
Університет гуманітарних та природничих наук ім. Яна Длугоша (Польща)
Університет імені Адама Міцкевича (Польща)
Leipzig University of Applied Sciences (Німеччина)
Ca` Foscari University, Venice (Італія)

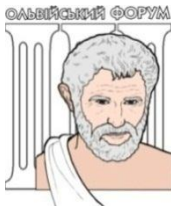


**ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2022:
стратегії країн Причорноморського регіону
в геополітичному просторі**

XVI Міжнародна наукова конференція
23–26 червня 2022 р., м. Миколаїв

ТЕЗИ

Соціологічна теорія на тлі суспільних трансформацій



Миколаїв
2022

Ольвійський форум – 2022: стратегії країн Причорноморського регіону в геополітичному просторі : XVI міжнар. наук. конф. 23–26 червня 2022 р., м. Миколаїв : тези доп. : Соціологічна теорія на тлі суспільних трансформацій / Чорном. нац. ун-т ім. Петра Могили. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2022. – 48 с.

Секція.
СОЦІОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ НА ТЛІ СУСПІЛЬНИХ
ТРАНСФОРМАЦІЙ

УДК 316.77(73)

Ляпіна Л. А.,
канд. політ. наук, доцент кафедри соціології та політології,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЯКИМ БУДЕ НАШ СВІТ?
(порівняльний аналіз прогнозів майбутнього світової спільноти)

Об'єктом нашого порівняльного аналізу постають написані у ХХІ столітті два наукових твори, присвячені баченню майбутнього світової спільноти.

Одна з них – це книга «Стратегічне бачення: Америка і криза світової влади» Збігнева Бжезинського, представника американської школи геополітики, радника і члена правління Центру міжнародних і стратегічних досліджень, професора зовнішньої політики США в Школі поглиблених міжнародних досліджень при Університеті Джонса, колишнього радника президента США Джиммі Картера з питань національної безпеки. Ця книга була написана в 2012 р., і у цьому ж році видана в перекладі українською мовою у Львові видавництвом «Літопис».

У «Стратегічному баченні» виділяються дві основні лінії. Перша – характеристика сучасного стану Америки. Друга – пошук таких варіантів розвитку США, які дозволили б Америці уникнути долі Радянського Союзу. Зб. Бжезинський не приховує: «Сполучені Штати 2010–2012 рр. дуже нагадують Радянський Союз у 1980-ті роки». Він виділяє суттєві схожості двох типів держав: застигла, закостеніла і нездатна до реформ політична система; фінансове банкрутство внаслідок військових авантур і роздутого військового бюджету; зниження рівня життя населення США; наявність політичного класу, який не чутливий до зростаючої соціальної нерівності і який думає тільки про власне збагачення; спроби компенсувати легітимність влади всередині США пошуком зовнішньополітичних загроз; зовнішня політика США, що веде до самоізоляції у світі.

І звідси головне питання: що робити США, щоб зберегти «глобальне лідерство»? Шанс Сполучених Штатів на світове лідерство Зб. Бжезинський бачить у тому, що жодна інша країна не здатна виконати ту роль, яку потенційно можуть і повинні відіграти США,

володіючи найбільшою економікою, найпотужнішими збройними силами, величезним науковим і технологічним потенціалом. На їхньому боці, як він вважає, закріпилася у світовій громадській думці переконаність у тому, що міжнародна система потребує ефективної стабілізуючої сили, і альтернативою виконанню Сполученими Штатами цієї ролі може бути тільки всесвітній хаос.

Іншою є книга «Коротка історія майбутнього. Світ у найближчі 50 років» Жака Атталі, представника європейської школи глобалістики, члена Більдерберзького клубу, французького письменника, економіста і політичного діяча, колишнього радника з економічних питань президента Франції Франсуа Міттерана, ескерівника Європейського Банку Реконструкції та Розвитку. Книга була написана в 2006 р., у 2014 р. перекладена російською мовою й видана в Санкт-Петербурзі видавництвом «Пітер».

Відповідаючи на питання «Яким буде наш світ через 25, 30 або 50 років?», Жак Атталі у своїй книзі зазначає, що ще світ ще ніколи не давав стільки обіцянок на майбутнє і не перебував на межі стількох небезпек, як сьогодні. Письменник передбачає багато захопливих змін, які чекають людство. Автор передчуває труднощі, що прийдуть у світове суспільство, з якими належить боротися, адже всесвітня напруга в XXI столітті сконцентрується навколо боротьби за ресурси і світове панування. Про які зміни йде мова?

1. На думку французького політичного діяча, на першому етапі (до 2025 р.) Америка втратить роль світового лідера, у США почнуться внутрішні конфлікти, ця країна перетвориться на пересічну державу.

2. Спроба іншої країни замінити США в їх ролі супердержави. Це буде Китай і, можливо, Європа, але всі намагання закінчатся нічим, оскільки жодна інша держава не зможе керувати світом.

3. Посилиться вплив ТНК, вони будуть все більше розмивати підвалини національних держав, приватизуючи держави. Однак це не працюватиме, вважає Жак Атталі, через відсутність умов для створення правових норм, що забезпечують баланс сил. Якщо управляти буде ринок, це призведе до крайньої нерівності, несправедливості, порушення клімату і так далі.

4. Якщо світ буде рухатися в тому ж напрямку, трапиться велика світова війна. Закінчиться все, обіцяє Жак Атталі, великою, затяжною, важкою світовою війною, і лише після цього настане новий період у житті людства.

5. Жахливий катаклізм закінчиться (або до, або після цієї війни) створенням гармонійно влаштованого світового управління.

Проте автор сподівається, що нам не доведеться пройти через всі ці етапи, і п'ятий справедливий порядок настане раніше третього. Однак в цьому він не впевнений, уявлення про цей порядок у Атталі розмите, та й дати гарантії майбутнього «раю» він відмовляється.

Отже, маючи вже певне уявлення про основні ідеї аналізованих джерел, можна виявити їх спільні і відмінні риси.

Перше. Спільним є те, що, по-перше, ці дві роботи написані в жанрі наукового твору; по-друге, їх авторами є адепти глобалізму, колишні політики, радники своїх президентів; по-третє, обидва джерела носять футуристичний характер. Тобто і Зб. Бжезинський, і Жак Атталі пропонують подивитися на сучасний світ у найближчому майбутньому.

Проте якщо у Зб. Бжезинського мова йде про наступні 10–15 років, то прогнози Жака Атталі сягають навіть 2100 р., тобто є більш довгостроковими.

Друге. Аналізуючи сучасну ситуацію у світі – політичну, економічну, фінансову, соціальну, обидва автори говорять про кризу влади Заходу, про кризу капіталізму і, головне, про кризу лідерства США у світі.

Так, зокрема, Жак Атталі сучасну ситуацію розуміє таким чином: сили ринку взяли планету у свої руки. Більшість останніх історичних потрясінь пояснюється саме «тріумфальним маршем грошей», втіленням глобального всепереможного індивідуалізму.

Тотожною є й думка Зб. Бжезинського, який зазначає, що сучасний світ переживає кризу влади, спричинену різким зміщенням центру тяжіння із Заходу на Схід, масовим політичним пробудженням народів світу, погіршенням зовнішнього та внутрішнього становища США. Ця криза несе серйозну загрозу не тільки інтересам Америки, а й окремим державам, спільним діям проти глобальних загроз, загалом геополітичній стабільності.

Проте в поглядах цих двох авторів ми бачимо певне протиріччя у визначенні причин кризи. Якщо Атталі у всьому звинувачує Захід з його капіталізмом, ринком і товарно-грошовими відносинами, то Бжезинський навпаки бачить причину кризи в послабленні влади Заходу і, зокрема, США.

Третє. Шукаючи відповідь на питання, що ж буде зі світом далі, в обох роботах ми знаходимо певні сценарії.

У Жака Атталі їх два – песимістичний та оптимістичний. За першим сценарієм, якщо гроші покінчать з усім, що може їм перешкодити, включаючи держави (навіть у США не залишиться шансів вижити), які вони поступово руйнують. Ставши єдиним законом у світі, ринок сформує те, що Атталі називає гіперімперією, неосяжною і

планетарною, що створює торгові багатства і нове відчуження, величезні статки і жахливі злидні. Природа там буде варварськи експлуатуватися; все буде приватним, включаючи армію, поліцію і правосуддя. Людське буття стане артефактом, предметом масового попиту, споживачі якого також стануть артефактами.

Щодо оптимістичного сценарію, то до 2060 р. або раніше людство не зможе більше миритися ні з американською імперією, ні з гіперімперією, ні з гіперконфліктом. Нові сили, альтруїстські та універсалістські, які діють вже сьогодні, придуть до влади у світовому масштабі як імперія необхідності – необхідності екологічної, етичної, економічної, культурної та політичної. Унаслідок їх постановня утвориться гіпердемократія в усьому світі.

На відміну від французького колеги, у Збігнева Бжезинського розглядається лише один сценарій. Він пропонує концепцію «Великого Заходу», до якого має увійти й Україна, а для Америки – стратегічну програму, яка допоможе їй на міжнародній арені відновити своє місце та гарантувати мир у XXI столітті.

Четверте. Щодо майбутньої долі США, то і Зб. Бжезинський, і Жак Атталі вважають, що ця країна вже не буде керувати світом, проте, на думку обох, залишиться лідером. Але для цього, вважає американський політик, їй доведеться багато попрацювати над своїми внутрішніми проблемами.

Так, за сценарієм Жака Атталі, до 2035 р. до кінця дуже довгої битви й посередині важкої екологічної кризи, США, як ще домінуюча імперія, будуть переможені глобалізацією (мондіалізацією) ринків, особливо фінансових, і могутністю концернів, особливо страхових. Виснажені фінансово і політично, як і всі інші імперії до них, США перестануть керувати світом. Вони залишаться провідною державою планети; вони не будуть заміщені ні іншою імперією, ні іншою домінуючою нацією, але світ тимчасово стане поліцентричним, керованим десятком регіональних держав. У свою чергу, щоб забезпечити США становище відповідального і ефективного лідера, Зб. Бжезинський рекомендує з провідними світовими гравцями – Європейським Союзом і Китаєм – налагодити конструктивну взаємодію, тримати в полі зору так звані свінгові (від англ. swing) – Індію, Японію, Бразилію, Росію, здатних «хитнутися» як від Заходу, так і до нього. У такій системі зв'язків Сполученим Штатам, на його думку, належить бути не гегемоном, а лідером. Налагоджена співпраця між провідними світовими гравцями допоможе США стримувати небажане і неконтрольоване застосування насильства в міжнародних відносинах.

Отже, підсумовуючи, можна зазначити, що обидва проаналізовані першоджерела присвячені одній проблемі – проблемі майбутнього світового суспільства. Як бачимо, пропонуються різні сценарії. Але, на нашу думку, світовий розум обов'язково перемаже й людство прийде до розуміння того, що «ми приречені на співіснування».

УДК 001:316.324.8]:141.7

Броннікова Л. В.,
канд. філос. наук. доцент кафедри соціології та політології,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЧЕТВЕРТА ПРОМИСЛОВА РЕВОЛЮЦІЯ: НОВИЙ ЕТАП ІНТЕГРАЦІЇ НАУКИ ТА СОЦІУМУ

Аналіз трансформаційних процесів, що відбуваються в сучасній науковій сфері, передбачає встановлення причин подібних змін. З цією метою розглянемо головні ознаки інформаційного суспільства та їх вплив на науку як одну зі сфер життєдіяльності соціуму. Ф. Уебстер, відомий британський соціолог, зазначає, що ознаками, які можуть характеризувати настання інформаційного суспільства, є нові швидкі зміни в суспільстві, які можуть мати технологічний, економічний, працеорієнтований, просторовий, культурний або комбінований характер.

М. Кастельс, визнаний у наукових колах соціолог і теоретик інформаційного суспільства, в книзі «Інформаційна епоха» доводить, що ознакою переходу до інформаційної епохи є наявність інформаційних мереж. На думку Кастельса, ІКТ зменшили ефективність глобальних корпорацій і посилили позиції працівників та організацій, що працюють у мережах. У мережевому суспільстві зникають старі форми стратифікації та виникають нові форми нерівності. Група інформаціональних працівників стала ключовою силою соціуму. Трудова теорія вартості замінюється теорією вартості, що створюється інформацією, знанням. У такий спосіб знання та інформація стають головними ресурсами сучасного виробництва, а освіта – головною якісною ознакою праці. Сутність капіталістичного виробництва не змінюється, змінюються лише ключові гравці. Обсяг фізичної праці зменшується, а наявність грошей не гарантує успіх у сучасному

суспільстві. Головні здібності для нової епохи – це інформаційні, що набуваються під час здобуття освіти в університетах.

Таку ж думку висловлює й німецький економіст К. Шваб: компанії повинні навчитися працювати на основі концепції «Talentism» (орієнтація на висококваліфіковані кадри). Це один з найбільш важливих факторів розвитку конкурентоздатності в сучасних умовах, оскільки особисті можливості співробітників підприємства є домінуючою формою його стратегічної переваги.

У творі «Четверта промислова революція» К. Шваб аналізує появу та поширення інновацій протягом історії людства. Автор наводить цікаві приклади, акцентуючи увагу на зміні темпів цих процесів. Зокрема, символом першої промислової революції було веретено. Впровадження цього знаряддя праці за межами Європи тривало 120 років. Інтернет став надбанням усього світу менше ніж за 10 років. Шваб вважає, що на початку ХХІ століття розпочалась четверта промислова революція. Якщо перші три революції спирались на зміни технологій виробництва, то «у процесі четвертої промислової революції виробництво розвивається за рахунок пізнавальної діяльності людини»(К. Шваб).

Однак четверта промислова революція пов'язана не тільки з розумними та взаємопов'язаними машинами та системами. Її спектр дії значно ширший. Одночасно виникають хвилі подальших проривів у різних галузях: від розшифрування інформації, записаної в людських генах, до нанотехнологій, від поновлюваних енергоресурсів до квантових обчислень. Саме синтез цих технологій та їх взаємодія у фізичних, цифрових та біологічних доменах становлять фундаментальну відмінність четвертої промислової революції від усіх попередніх революцій.

У такий спосіб унікальність четвертої промислової революції, окрім темпів розвитку та широкого охоплення, полягає в зростаючій гармонізації та інтеграції великої кількості різних наукових дисциплін і відкриттів.

За К. Швабом, інновації є багатокомпонентним соціальним процесом, складовою якого є наука. Існує думка, що в інноваційних економіках саме наукові знання забезпечують основний приріст національного валового продукту. Наукові установи часто розглядаються як передній край розробки прогресивних ідей. Проте це не можна стверджувати категорично. Останні дані вказують на те, що сьогодні університети, керуючись кар'єрними міркуваннями та умовами фінансування, віддають перевагу поетапним консервативним дослідженням, а не сміливим інноваційним програмам. Для стимулю-

вання передових фундаментальних досліджень та інноваційних технологічних застосувань у різних галузях науки уряди мають більше активно фінансувати амбітні дослідницькі програми. Партнерство між державним і приватним секторами в галузі наукових досліджень також має бути спрямоване на створення знань і людського капіталу для загального блага.

У четвертій промисловій революції комунікації, що забезпечуються цифровими каналами зв'язку та технологіями програмного забезпечення, принципово змінюють суспільство. Масштаб впливу і швидкість, з якою ці зміни відбуваються, зробили трансформацію, що виявляється зовсім не такою, як будь-яка інша промислова революція в історії людства.

Отже, наприкінці ХХ – на початку ХХІ століть у високо розвинутих країнах світу розпочався новий етап інтеграції науки та соціуму. На цьому етапі розвитку людства інформація та інновації стають визначальними рисами цивілізаційного поступу. За патетичними словами К. Шваба, характер змін, що відбуваються в наш час, настільки фундаментальний, що світова історія ще не знала подібної епохи – часу як великих можливостей, так і потенційних небезпек.

УДК 130.2+316.733

Бороденко О. В.,

канд. філос. наук, старший викладач кафедри соціології та політології,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

«DEUTSCHE SCHULD» («НІМЕЦЬКА ПРОВИНА»): СИМВОЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРНОЇ ТРАВМИ

Протягом останніх десятиліть дослідження культурної травми (*«trauma studies»*) є одним із найбільш цікавих і перспективних напрямів у соціології (в першу чергу, завдяки низці відомих сучасних соціологів – це Пйотр Штомпка, Джеффі Александер, Рон Аерман, Нейл Смелзер), так само як і в деяких інших дисциплінах. Культурна травма, на відміну від будь-якої колективної травми, – це не сама реальна подія, яка шокувала суспільство й вплинула на долі багатьох людей (наприклад, Голокост, Друга світова війна, Чорнобиль, знищення Хіросіми та Нагасакі та ін.), а той слід, відгомін, який ця подія залишила після себе в

культури. За визначенням Н. Смельзера, культурна травма – це певна «захоплива та задушлива подія, що, як вважається, підриває або придушує один або декілька ключових елементів культури або культуру загалом» (Smelser 2004). П. Штомпка (він є автором терміна) визначає культурну травму як «травму змін, яка стосується сфери культури, а як наслідок цього – колективної та індивідуальної ідентичності» (Sztompka 2000).

Для німців найбільшою історичною травмою ХХ століття, безумовно, стала поразка в Другій світовій війні, розпад країни в 1945 році, що супроводжувалось величезною «моральною катастрофою» внаслідок провини за дії нацистів. У повоєнні десятиліття в німецькому політичному, науковому та художньому дискурсі з'явилося т. зв. «*Питання щодо провини*» (*Schuldfrage*). Поступово формувалась «культурна травма провини».

За концепцією американського соціолога Дж. Александера, процес формування структури будь-якої культурної травми налічує декілька стадій (Alexander 2004). Спочатку ми маємо справу з реальною подією, що відбулась у певному місці в певний час. Травмуюча подія повинна отримати моральну оцінку з боку спільноти; така оцінка передбачає формування почуття солідарності з жертвами. На формування моральної оцінки, за Александером, впливають так звані «фонові конструкції» (історичні, соціальні, політичні обставини, що супроводжують процес осмислення події саме як колективної травми). Таким чином, формується *смісловіе ядро травми*. Але для того щоб травма стала культурним феноменом, необхідні *іраціоналізація та універсалізація*, тобто подія має стати у свідомості спільноти чимось знаковим, понадчасовим, набути особливого *символічного змісту*. Будь-яка культурна травма – явище глибоко символічне. Унаслідок набуття подією універсального значення поступово формується нарратив культурної травми. Безумовно, особливо вагому роль у цьому процесі відіграють література і мистецтво, а також діяльність ЗМІ.

Так відбувалось і в повоєнній Німеччині (особливо у ФРН). Уряд проводив послідовну цілеспрямовану політику з метою «перевиховання німців», сприяння процесу усвідомлення «колективної провини» (*Kollektivschuld*). Величезний внесок зробила німецька інтелігенція (достатньо згадати статті видатного філософа Карла Ясперса, який перший поставив перед своїми співвітчизниками «питання про провину», праці Теодора Адорно, «суперечку істориків», публіцистику Томаса Манна). І це дало значні результати. За даними соціопитувань, проведених фондом «Пам'ять, відповідальність і майбутнє» кілька років

тому, 47% сучасних німців занепокоєні можливим повторенням злочинних діянь, які були скоєні нацистами; 42% вважають, що для запобігання цього необхідно докладати зусилля.

Глибоке моральне усвідомлення «колективної провини» дало поштовх ще в 50–60-х роках для її символізації. З'являються яскраві художні твори німецьких письменників Г. Белля, Г. Грасса, А. Андерша, К. Вольф та інших, в яких «нацистське минуле» символізовано як колективна шизофренія, затьмарення свідомості (Гюнтер Грасс – романи «Бляшаний барабан», «Собачі роки») або, наприклад, як «блукання у темряві», у лабіринтах жахиття, як втрата людиною своєї справжньої сутності (Генріх Белль – повість «Де ти був, Адаме?», численні оповідання).

Гостре відчуття необхідності осмислити і спокутувати гріхи минулого стало підґрунтям формування соціокультурного простору ФРН усіх повоєнних років та сучасної об'єднаної Німеччини. Причому травма «колективної провини» стала спільною справою для декількох поколінь німців. Якщо розглядати найбільш характерні символічні аспекти німецької культурної травми як складових «травматичного дискурсу», можна виокремити таке: 1) події нацистського минулого, як і німецької історії загалом, часто описуються сатирично, із використанням гротеску та безжальної іронії (твори неоекспресіоністів, проза Г. Грасса, фільми Ф. Шльондорфа) на протигагу помпезній величі мистецтва 30-х років; 2) використання символічних кодів *партиципаторного мистецтва* («мистецтва співучасті»), якому притаманні такі риси, як колективність, комунікативність та процесуальність; 3) для «травмованої» німецької культури повоєнних десятиліть (особливо це характерно для неоекспресіонізму) властиве «*витіснення суб'єкта*» за межі дискурсу: у результаті колективний досвід виходить за межі суб'єктивного; суб'єкт відчужений від переживання історичного досвіду, оскільки в центрі твору опиняється не індивідуальний досвід, а переживання спільної травми.

Саморефлексія німецької культури з приводу «колективної провини» використовує символіку, що мала місце в історії вітчизняної культури (наприклад, символічні прийоми сатири XVII ст., символізму, експресіонізму).

Головний моральний урок, який дали німці іншим народам, переосмислюючи власний травматичний досвід, полягає в такому – завжди шукати коріння помилок всередині себе, у своїй власній історії.

Фесенко А. М.,

канд. істор. наук, доцент кафедри соціології та політології,

Чорна В. О.,

канд. соціол. наук, доцент кафедри соціології та політології,

ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗМІ ТА БІЗНЕС: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЛІНІЇ ЗАЛЕЖНОСТІ

В умовах ринково-капіталістичного суспільства з домінуванням у ньому відносин підприємництва та конкуренції значна кількість ЗМІ належать приватним підприємцям або великому бізнесу (корпорації, холдинги), являють собою приватновласницьке виробництво з притаманними йому властивостями, є учасниками медіаринку.

За законами ринку має місце конкурентна боротьба ЗМІ за увагу аудиторій і масового споживача масової інформації як такого.

Протягом останніх десятиліть «суспільства споживання» (сучасної форми ринково-капіталістичного суспільства) під його впливом склалися й впроваджуються такі принципи й стандарти оперування масовою інформацією, що потрапляє «в орбіту» ЗМІ:

- оперативність;
- розважальність;
- видовищність;
- драматизм;
- сенсаційність;
- скандальність;
- контрастність;
- статусність події або персони.

Одним з основних проявів ринкових стандартів стає розважальний формат повідомлень (позначається спеціальним поняттям «infotainment» як синтез англійських слів *information* + *entertainment*). Його поширеність відображає як певну залежність ЗМІ від пересічних аудиторій масового суспільства, так й водночас культивування самими ЗМІ смаків сучасного масового життя, життя пересічного індивіда, який соціалізується в «суспільстві споживання», де ключовими агентами соціалізації виступають масова культура та комерційна реклама. Внаслідок цього розважальні соціальні практики значно переважають над пізнавальними та інтелектуальними.

Все це призводить до того, що майже будь-яка інформація з практично будь-якої площини суспільного життя подається в «розважальній упаковці» або із її елементами.

Отже, ведення медіабізнесу підпорядковується законам ринку таким же чином, як і будь-який інший бізнес. Тому однією з домінант є комерційний розрахунок у процесі відбору та продажу інформації.

Є й зв'язки ЗМІ та бізнесу за іншими лініями, зокрема:

- ЗМІ являють інтерес для бізнесу як спосіб коригування свого образу, своєї репутації в громадській думці (сфера PR);
- Тісні зв'язки бізнесу та ЗМІ лежать у площині комерційної реклами.

Має місце й більш широкий вплив реклами на зміст інформаційної політики ЗМІ: тут йдеться про обслуговування ЗМІ самої ідеології великого бізнесу, адже саме він є найбільш потужним рекламодавцем.

Професійні ЗМІ працюють зазвичай на дві аудиторії:

1. Споживачів інформації (читачів, глядачів, слухачів і користувачів);
2. Рекламодавців.

Відтак:

1. ЗМІ продають споживачам інформацію, яка для них:
 - важлива, тобто забезпечує задоволення базових потреб, і отримання цієї інформації впливає на їхнє повсякденне життя, допомагає зробити його безпечним і передбачуваним;
 - корисна, бо допомагає споживачам приймати усвідомлені рішення, пов'язані з їхнім побутом і грішми;
 - цікава, дарує їм емоційні враження, розважає, дозволяє заповнювати дозвілля.
2. ЗМІ продають рекламодавцям:
 - довіру споживачів до інформації, яку вони поширюють;
 - увагу і час, яку споживачі приділяють медіаресурсу;
 - якість і кількість аудиторії, яка потрібна рекламодавцеві.

Отже, залежність ЗМІ від бізнесу виявляється в таких аспектах:

- ЗМІ як приватновласницьке підприємство;
- ЗМІ як «гравець» на медіаринку;
- ЗМІ під впливом рекламодавців та PR;
- ЗМІ – агент великого бізнесу;
- ЗМІ – провідник і пропагандист «суспільства споживання».

ФРЕЙДОМАРКСИСТСЬКА КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ: ПОГЛЯД ЕРІХА ФРОММА

Відповідно до визначення Е. Фромма, соціальний характер – це «сукупність рис характеру, що наявні в більшості членів певної соціальної групи і яка виникла результатом спільних для них переживань і спільного способу життя» (Фромм). Це визначення є спробою переосмислити натуралістичне тлумачення характеру з точки зору марксизму і в той же час з опертям на наукову спадщину З. Фрейда.

Фрейдівська типологія орального, анального і генітального характерів полягає в ідеї, за якою поведінка людини – результат природних потягів індивіда. Неофрейдисти, критикуючи З. Фрейда за біологізм, ревізували його уявлення, намагаючись поєднати психоаналітичний і соціологічний підходи. Е. Фромм, рухаючись загалом, у тому ж напрямку, вніс сюди специфічно марксистський мотив. Прагнучи поглибити поняття класової свідомості, введене К. Марксом і гіпертрофоване Д. Лукачем, Е. Фромм запровадив поняття соціального характеру як проміжну ланку між «економічним базисом» та «ідеологічною надбудовою». Фактично це той самий хід думки, який привів Г. В. Плеханова до знаменитої «п'ятичленної формули», де зв'язок між економікою та ідеологією класів опосередковується класовою психологією. Тільки замість традиційної психології, яку мав на увазі Г. В. Плеханов, передбачалася неофрейдистська психологія. Але загалом цей хід думок не виходить за межі марксизму. Проте в результаті такої операції людина постає як прикута до свого соціального становища значно більшою мірою, ніж згідно з ортодоксальним марксизмом. Якщо у К. Маркса йшлося про зумовленість класової свідомості зовнішніми детермінаціями (суспільним буттям, яке, втім, уже вже Д. Лукач трактував як класове буття), то тепер ця зумовленість доповнюється внутрішньою детермінацією: детермінованістю на рівні несвідомого.

Індивід фактично виявляється тою «одновимірною людиною», про яку писав Г. Маркузе. Абсолютне «замикання» свідомості людини на її класовому бутті – операція, яку неомарксист Д. Лукач здійснив на соціально-філософському рівні, набуло глибинно-психологічного

закріплення. Коло класової обумовленості індивіда замкнулося. Поняття соціального характеру є ключовим для розуміння суспільних процесів, як стверджував Е. Фромм. Характер у динамічному сенсі аналітичної психології – це специфічна форма людської енергії, що виникає в процесі динамічної адаптації людських потреб до певного способу життя в суспільстві. Характер визначає думки, почуття та дії індивіда. А соціальний характер виражає соціальну, тобто властиву більшості членів цієї групи, детермінованість думок, почуттів і дій індивіда. Яким би чином не варіювалися індивідуальні особливості членів групи, що має цей соціальний характер, структура особистості більшості людей є лише різними варіаціями одного і того ж «ядра», що складається зі спільних рис характеру. Класове буття – класовий спосіб життя – класове несвідоме – нарешті, класова свідомість – такий ланцюг класових детермінацій визначає сьогодення і майбутнє індивіда.

Полемізуючи з М. Вебером (хоч і не називаючи його в цьому контексті), Е. Фромм поставив під сумнів веберівську концепцію соціальної дії, адже вона розглядалася як цілком та повністю *раціональна* дія. Поведінка (чи дія), яка характеризується М. Вебером як раціональна, в Е. Фромма фігурує як «так звана». За його твердженням, «...за допомогою методів спостереження, запроваджених психоаналізом, вдається встановити, що так звана раціональна поведінка значною мірою визначається структурою особистості», «ядро» якої – соціальний характер. Як це непарадоксально, Е. Фромм не помічав, у якому різьчому контрасті це твердження перебуває з його ж власним розумінням свободи, тобто самостійності і самодіяльності особистості. Адже відповідно до концепції «соціального характеру» вона виявляється нічим іншим як справжньою маріонеткою цієї несвідомої структури вже *a priori*.

«Якщо розглядати соціальний характер з погляду його функції в суспільному процесі, – розвивав Е. Фромм свою думку про суцільну внутрішню детермінованість особистості, яка доповнює її зовнішню зумовленість, – то ми повинні почати з того твердження, яке висловлене з приводу функції соціального характеру для індивіда: пристосовуючись до соціальних умов, людина розвиває в собі саме ті риси характеру, які спонукають її хотіти діяти саме так, як їй доводиться діяти. Якщо структура особистості більшості людей у певному суспільстві, тобто соціальний характер, пристосована до об'єктивних завдань, які індивід повинен виконувати в цьому суспільстві, то психологічна енергія людей перетворюється на продуктивну силу, необхідну для функціонування цього суспільства.

Замість підпорядкування зовнішній владі людина створює в собі внутрішню владу – совість чи обов'язок, що керує ним так ефективно, як ніколи не змогла б жодна зовнішня влада. Таким чином, соціальний характер інтеріоризує зовнішню необхідність і цим мобілізує людську енергію на виконання завдань певної соціально-економічної системи» (Фромм).

Наведені вище думки дають змогу зрозуміти, наскільки Е. Фромм вплинув на одну із фундаментальних робіт франкфуртської школи – «Одновимірна людина» (Г. Маркузе) і наскільки сильно німецькі фрейдомарксистки в 1930-ті роки вплинули на ідеологію й світогляд американських і європейських «нових лівих» 1960-х років. У той же час концепція соціального характеру входить у різке протиріччя з веберівським тлумаченням агента соціальної дії як етично відповідальної та раціональної особистості, оскільки її етичні аспекти виявляються в трактуванні Е. Фромма свого роду агентурою певної соціально-економічної системи, переміщеної в сферу її несвідомого. Але Е. Фромм протиставляв свій підхід як веберівському, так і фрейдівському психологічному, а також економічному, який виріс, за його словами, «із спотворення того розуміння історії, яке розробив Маркс» (Фромм).

«На відміну від усіх цих концепцій, – писав він, – ми вважаємо, що і ідеологія, і культура взагалі перебувають у соціальному характері; сам соціальний характер формується способом життя певного суспільства, але домінуючі риси цього характеру, у свою чергу, стають творчими силами, що формують соціальний процес».

Той самий підхід Е. Фромм намагався застосувати під час аналізу феномену фашизму. Низи середнього класу реагували на економічні зміни (такі як потужність монополій і повоєнна інфляція) посиленням певних рис характеру, а саме садистських і мазохістських прагнень. Нацистська ідеологія ще більше посилила їх, а потім вже ці нові риси характеру стали ефективними силами, які працюють на експансію імперіалізму.

Отже, «Соціальний характер – це результат динамічної адаптації людської природи до суспільного устрою. Зміни соціальних явищ призводять до зміни соціального характеру, тобто появи нових потреб і тривоги. Ці нові потреби породжують нові ідеї, водночас готуючи людей до сприйняття. Нові ідеї своєю чергою зміцнюють і посилюють соціальний характер і вводять людську діяльність в нове русло» (Фромм). Це, так би мовити, *норма*.

У той же час «...коли певному класу загрожує небезпека нових економічних тенденцій, цей клас реагує на загрозу психологічно та

ідеологічно; при чому психологічні зміни що викликані такою реакцією, сприяють розвитку все тих же економічних тенденцій всупереч економічним інтересам даного класу» (Фромм). Це вже патологія, хоча й «нормальна»: адже клас, згідно з мовчазною фроммівською передумовою, і не міг би реагувати інакше на загрозу його існуванню.

У руслі цієї антиномії «нормального» соціального характеру, що «правильно» реагує на зміни в економічному базисі (тобто точно відповідає марксистському: «буття визначає свідомість»), з одного боку, і «патологічного» соціального характеру, що бунтує проти цієї економічної необхідності (і проти вищезгаданої марксистської тези), з іншого, і рухається фроммівська концепція соціального характеру, загалом не виходячи за межі основних ідей ортодоксального марксизму.

Отже, з погляду Е. Фромма соціальний характер і людська природа відіграють роль активних психологічних факторів, що зумовлюють історичний процес. Різниця між ними полягає лише в тому, що активність соціального характеру спрямована на стабілізацію та зміцнення наявного суспільства, активність людської природи – на його зміну. За допомогою власної концепції людської природи Е. Фромм пояснює безперервність поступальних змін людської історії. На основі концепції соціального характеру він намагається показати, як функціонує те чи інше конкретно-історичне суспільство. Розглядаючи процес розвитку історії, він вважає, що на одному її полюсі діє «соціальний характер, що формується типом наявного суспільства», на іншому – «людська природа, яка визначає соціальні умови, в яких існує людина».

Створенням концепції соціального характеру Е. Фромм остаточно завершує побудову теорії історичного розвитку. За допомогою цієї концепції Е. Фромм намагається як розкрити психологічні умови функціонування того чи іншого суспільства, так і пояснити, чому в суспільстві набувають поширення певні ідеї та ідеали. Соціальний характер, на його думку, може описати зв'язок, що існує між економічним укладом і культурою. Соціальний характер відіграє селективну роль: серед безлічі поширених у суспільстві ідей та ідеалів він дозволяє відібрати такі, що відповідали б його психологічній основі.

Бондарець Б. Б.,
в.о старшого викладача кафедри соціології та політології,
Серебрич Є. І.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНА ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

Сьогодні серед сучасної студентської молоді з'являється нова мода – здоровий спосіб життя. Куріння, алкоголь, фаст-фуд та інші погані звички для значної кількості студентської молоді відходять у минуле. Набуває все більших обертів вважати сучасною здорову, гарну та сильну людину. Тому слід зазначити, що здоровий спосіб життя (ЗСЖ) – це спосіб життя, заснований на принципах моральності, раціонально організований, активний, трудовий, що загартовує і, у той же час захищає від несприятливих впливів навколишнього середовища, дозволяє до старості зберігати моральне, психічне і фізичне здоров'я.

Здоров'я можна визначити як фізіологічний стан організму, у якому зберігається єдність структури та функцій внутрішнього середовища й баланс із зовнішнім середовищем, за умови нормальної діяльності захисних систем організму під регулюючою діяльністю центральної нервової системи. Під змістом здорового способу життя ми розуміємо як саму життєдіяльність, так і умови її функціонування та конкретну життєдіяльність. Тобто поняття ЗСЖ інтегрує взаємозв'язок способу життя та здоров'я людини, об'єднує всі умови, особистісні якості, процеси та все, що допомагає нормальному функціонуванню людини в професійній, суспільній, побутовій сферах. В основі здорового способу життя визначається низка ключових положень: 1) активним носієм здорового способу життя є конкретна людина як суб'єкт і об'єкт своєї життєдіяльності і соціального статусу; 2) в реалізації здорового способу життя людина виступає в єдності своїх біологічного і соціального вимірів; 3) в основі формування здорового способу життя лежить особистісно-мотиваційна установка людини на втілення своїх соціальних, фізичних, інтелектуальних і психічних можливостей і здібностей; 4) здоровий спосіб життя є найбільш ефективним засобом і методом забезпечення здоров'я, первинної профілактики хвороб і задоволення життєво важливої потреби у здоров'ї. Тож, здоров'я людини передовсім залежить від стилю життя, який в основному має

індивідуальний характер і визначається історичними, національними традиціями (менталітетом) та особистісними якостями. Для усвідомлення ЗСЖ важливі поінформованість і можливість доступу до спеціальних профілактичних процедур, що мають уповільнювати природний процес старіння, належні екологічні умови та інші складові ЗСЖ, що стосуються переважно не тільки фізичного і психічного, а також соціального і духовного здоров'я.

Перейдемо до основних змістових характеристик складових здорового способу життя: 1) розпорядок дня (певний час для роботи, відпочинку, прийому їжі, сну); 2) раціональний режим праці та відпочинку (необхідний ритм функціонування організму, створює оптимальні умови для роботи та відпочинку, і тим самим сприяє зміцненню здоров'я, покращанню працездатності та підвищенню продуктивності праці); 3) сон – це процес який захищає нервову систему від надмірної напруги та втоми; 4) культура харчування (раціональне харчування – це фізіологічно повноцінне вживання їжі людьми з урахуванням статі, віку, характеру праці та інших факторів.); принципи раціонального харчування: досягнення енергетичного балансу; встановлення правильного співвідношення між основними речовинами – білками, жирами, вуглеводами; збалансованість мінеральних речовин і вітамінів; ритмічність вживання їжі; 5) організація рухової активності, фактор оптимізації – самостійні заняття студентів фізичними вправами; 6) особиста гігієна – це догляд за шкірою, гігієна одягу, взуття, загартування та інші моменти побуту; 7) профілактика шкідливих звичок; 8) культура спілкування (як провідний вид взаємодії людей між собою та одна із складових здорового способу життя); 9) фізична культура в регулюванні психоемоційного і фізичного станів студентів; 10) культура сексуальної поведінки – один з аспектів соціальної поведінки людини та необхідна умова гармонізації сексуального стилю є здоровий спосіб життя, що має рухову активність, регулярні фізичні навантаження тощо.

Отже, ЗСЖ – це система діяльності людини, спрямована на збереження та зміцнення її здоров'я. ЗСЖ зумовлений особливостями соціокультурного розвитку суспільства та конкретної людини, панівними в соціумі цінностями, загальним рівнем моральності людей. Він сприяє гармонійному розвитку усіх сфер особистості, а отже, забезпечує активне довголіття, повноцінне виконання суспільних ролей, зміцнення адаптивних можливостей організму.

Здоров'я та гарний вигляд – важливі цінності для сучасної студентської молоді. Дієти, новітні системи харчування та очищення організму, нові продукти з етикеткою «еко» та «органічний», рецепти

схуднення та голодування, сиродіння та вегетаріанства – все це нові та модні ознаки здорового способу життя. Адже дійсно таки, зараз модно і вигідно бути здоровим. Тому і сучасний стиль життя кожної людини не можливо уявити без такого явища як фітнес (від англ. To be fit – «бути в гарній формі»), що є сучасною організаційною формою кондиційного тренування й розглядається як світова метафора абсолютного здоров'я та соціального успіху особистості. Люди, які займаються фітнесом, пропагують здорове харчування, вегетаріанство, різні дієти. У цьому виражається особливість поведінки. Зацікавленість у стрункій фігурі, гарне самопочуття й зміцнення здоров'я відрізняє представників цієї субкультури в плані інтересів від іншої субкультури. Тож, динамічне поширення фітнес-технологій у молодіжному середовищі через неформальні об'єднання загалом сприяє формуванню субкультури здорового способу життя. На сучасному етапі специфіку молодіжної субкультури складають форми організаційних об'єднань, що виражають різноманітність потреб і спектр сформованих стійких інтересів, що являють собою види субкультур. Стихийне і частково організоване формування фітнес-груп може служити яскравим прикладом появи потреби. У межах цієї субкультури молодіжні об'єднання виступають як самоорганізовані одиниці та зацікавлені групи, які справляють одна на одну сильний вплив.

Ще одним цікавим явищем тісно пов'язаним як з молодіжною культурою, так і зі здоровим способом життя є Straight edge. Стрейджери (від Кожна англійського українською Straight взірцем Edge) – молодіжної субкультурний шось рух, Термін що багатоманітність пропагує здоровий спосіб життя. Термін Straight edge (більш відомий за англомовною аббревіатурою sXe) походить від англійських слів Straight – прямий та edge – грань чи лінія. Якщо перекладати, по суті, Straight edge – «лінія непохитної поведінки». Стрейджери категорично виступають проти наркотиків, тютюну та алкоголю, а своєрідним гаслом стрейджерів є фраза: don't drink, одягу don't інших smoke, барної don't панк fuck – Якщо не Закони пий (алкоголь), випивку не гомосексуалізму пали, не займайся непорядкованим сексом. Прибічники Straight взірцем Edge почали добровільно татуювати хрест на руці або три хрести, що означає три принципи стрейтейджу. Таким При чином, Straight взірцем Edge виступає в основному як молодіжна течія, система цінностей якої є заснованою на ідеях особистої свободи, самоконтролю та відповідальності за власні вчинки. Особливістю субкультури є те, що

вона має чіткі ідеологічні позиції, популяризація яких може стати фактором до просування ідей ЗСЖ у середовищі студентської молоді.

У результаті проведеного дослідження автор дійшов до таких висновків. Здоров'я людини походить поняття здорового способу життя: це така людська діяльність, що стосується збереження й зміцнення здоров'я, все, що сприяє виконанню людиною її людських функцій через діяльність з оздоровлення умов життя – праці, відпочинку, побуту. Формування ЗСЖ є головним важелем первинної профілактики і зміцненні здоров'я населення через зміну способу життя, його оздоровлення з використанням гігієнічних знань у боротьбі зі шкідливими звичками, гіподинамією й подоланням несприятливих сторін, пов'язаних із життєвими ситуаціями. Таким чином, під здоровим способом життя слід розуміти типові форми і засоби повсякденної життєдіяльності людини, що зміцнюють і вдосконалюють резервні можливості організму, забезпечують завдяки цьому успішне виконання своїх соціальних і професійних функцій незалежно від політичних, економічних і соціально-психологічних ситуацій.

Основним змістовними характеристиками складових здорового способу життя є різноманітні елементи, що стосуються усіх сфер здоров'я – фізичної, психічної, соціальної і духовної. Найважливіші з них: правильний розпорядок дня, раціональний режим праці та відпочинку, гарний сон, раціональне харчування, рухова активність (фізична культура), особиста гігієна (включаючи загартовування), профілактика шкідливих звичок, культура спілкування та культура сексуальної поведінки. Отже, дотримання складових ЗСЖ забезпечує формування, збереження і зміцнення фізичного, психологічного й соціального здоров'я та здатність до продовження роду і досягнення активного довголіття.

Розглянуто здоровий спосіб життя як субкультуру, зокрема у проявах моди та фітнесу. Мода має значний вплив на людську життєдіяльність, а особливо у сфері здоров'я, тому модність тих чи інших напрямків поведінки вважається основною причиною, через яку молодь вносить її в своє буття. Так, у подальшому мода може впливати на молоде покоління як основа здорового способу життя як опосередковано, так і безпосередньо. А фітнес-культура є сучасним соціально-культурним явищем та елементом молодіжної субкультури, що методично обґрунтовано та практично реалізовано засобами поєднання оздоровчого фітнесу та фізичної культури.

Проаналізовано Straight Edge як прояв молодіжної субкультури та з'ясовано, що: стрейджери – пропагують здоровий спосіб життя,

головним для них є відмова від шкідливих звичок і зовсім інша система цінностей, ніж нав'язує капіталістична система. Доведено, що Straight Edge – не обмеження себе (від вжитку алкоголю, тютюну та ін.), а здоровий світогляд. До того ж, вони активно поширюють інформацію щодо ЗСЖ, за допомогою інтернет-блогінгу, повсякденних дозвіллевих практик (концерти, лекції про здоровий спосіб життя, зустрічі, тусовки) і тілесних практик (турбота про тіло у формі жорсткого контролю, спортивна активність). Сьогодні Straight Edge набуває все більшої популярності серед молоді, вийшовши за межі власне субкультури. Ідеї і частково спосіб життя стрейтейджерів переймають представники інших субкультур, зокрема воркаутери та вегани.

Отже, на сьогодні ведення здорового способу життя стало повсюдно популярним: пропаганда і обговорення ЗСЖ у телевізійних матеріалах, статті в газетах, журналах і інтернет-порталах. Крім того, з'явилася велика кількість так званих послідовників ЗСЖ – блогерів у різних соціальних мережах, які не тільки самі ведуть здоровий спосіб життя, а й є наставниками для тих, хто прагне стати прихильником такого способу життя. Тож, оптимальну функціональність здорового способу життя як здоров'язберігаючої системи буде забезпечувати власний усвідомлений вибір його форм відповідно до індивідуальних особливостей організму. А отже, вести здоровий спосіб життя під силу кожному й почати його можна в будь-який день свого життя.

УДК 316.7

Ляпіна Л. А.,
канд. політ. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Гребеняк Є. О.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

РОЛЬ ТРАДИЦІЙНИХ І НОВІТНІХ ЗМК У ЗАДОВОЛЕННІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ МОЛОДІ

У сучасному світі основним джерелом отримання й поширення інформації є масова комунікація. Сьогодні соціальний досвід і знання людей мають дві основні складові. Перша припускає наявність безпосередніх соціальних контактів, друга формується за рахунок сприйняття подій і явищ, опосередкованих повідомленнями засобів масової комунікації.

Масова комунікація – це процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, комп’ютерна техніка та ін.) на численні аудиторії.

Основними умовами функціонування масової комунікації є:

- масова аудиторія (вона анонімна, просторово розосереджена, але ділиться на групи за інтересами тощо);
- соціальна значущість інформації;
- технічні засоби, які забезпечують швидкість поширення інформації, її регулярність, зберігання і багатоканальність (у сучасному світі всіма відзначається переважання візуального каналу).

Масова комунікація характеризується рядом ознак:

- наявність безлічі реципієнтів, індивідів, що є споживачами інформації. Число учасників масової комунікації може обчислюватися та обчислюється тисячами та мільйонами;
- наявність певного проміжку часу між відправленням та отриманням інформації;
- велика кількість копій, повторів повідомлення, тиражування вихідної інформації;
- наявність соціального інституту як джерела інформації;
- наявність технологічного каналу передачі інформації;

Тобто масова комунікація передбачає наявність як суб’єкта і об’єкта, так і посередника, який передає інформацію. Структура комунікації в такому разі виглядає так: суб’єкт – комунікатор – аудиторія (об’єкт, реципієнт).

Наразі основними функціями масової комунікації є функція соціалізації, а саме: передачі знань і цінностей, норм суспільства, інформування, виховання, організації поведінки, розваги. І друге – комунікація виконує «комерційну» та «ідеологічну» функції: нав’язування шляхом трансляції відібраної інформації своєї волі іншому суб’єкту на користь бізнесу чи влади.

Масова комунікація є першочерговим джерелом, яке забезпечує запити різних категорій суспільства й відображає об’єктивну та суб’єктивну реальність за допомогою безлічі каналів поширення такої інформації. І таким чином, масова комунікація стає предметом для вивчення багатьох науковців.

Отже, масова комунікація – різновид соціокультурної комунікації, що реалізується на рівні суспільства; процес, у ході якого специфічно організовані інститути за допомогою технічних засобів – засобів масової комунікації (преса, радіо, кінематограф, телебачення),

виробляють і передають послання великій і розсіяній у просторі аудиторії з метою впливу на оцінки, думки і поведінку людей.

У процесі трансляції інформації головним є не стільки структура самого комунікатора, скільки спрямованість його діяльності, його цілі й прагнення. Міра, характер, ступінь впливу засобів масової комунікації на масову аудиторію залежать від установок комунікаторів, від змісту і форми подачі повідомлень. У цьому плані особливу увагу в сучасному суспільстві приділяється формуванню установок, що регулюють характер розподілу й поширення інформації. Комунікативний процес здійснюється не стихійно, а цілеспрямовано, і стратегія комунікаторів залежить від тієї програми (політичної, ідеологічної, просвітницької, культурної), якою вони керуються.

Сучасне інформаційне суспільство є досить динамічним, тенденції до змін диктують новітні медіа та інструменти, які використовуються для задоволення різноманітних інформаційних потреб. Традиційні ЗМІ втрачають свою популярність та аудиторію, натомість сучасні соціальні мережі, інтернет-портали виступають повноцінним каналом комунікації та отримання інформації.

Якщо говорити про задоволення інформаційних потреб молоді, то на перше місце виступає Інтернет, який є базовою складовою інформаційного поля студентів. Використання медіаінформації допомагає студентам у навчанні, є важливою складовою їх відпочинку та розваг.

Найважливішу роль у задоволенні сучасних інформаційних потреб молоді виконують соціальні мережі як невід’ємна частина сучасного інформаційного простору молодих людей.

Задоволення базового функціоналу, які несуть традиційні ЗМІ, повністю перебрали й реалізували новітні медіа. Інформативну та ретрансляційну роль у масовій комунікації зараз виконують інтернет-портали, інтернет-телебачення. Комунікативну та розважальну – різні соціальні мережі. Тобто роль новітніх ЗМІ зростає і буде зростати в розрізі соціальної значущості масової комунікації. ЗМІ справляють вплив на громадсько-політичне життя, рівень освіти, соціалізацію.

Окремі соціальні мережі стають для молоді повноцінним заміником засобів масової інформації і виконують одночасно декілька ролей, які традиційні ЗМІ не в змозі виконати. Популярність таких месенджерів і соціальних мереж, як Telegram, Instagram, Facebook, покривають не лише роль інформативну, а й беруть на себе роль безпосереднього каналу для комунікації.

Отже, новітні ЗМІ формують інформаційно-світоглядну модель молоді. Ці джерела забезпечують усі функції масової комунікації, і за

правильного використання технологій матимуть позитивні тенденції й надалі. Наприклад, сучасні технології очевидно прискорюють процес навчання для студентів, тим самим збільшуючи час на інші види зайнятості. Також медіа здатні справляти значний вплив на рівень громадсько-політичної свідомості молоді і ставати повноцінним каналом для консолідації навколо важливих соціальних, громадських, політичних, економічних проблем.

УДК 316.74:[794.088-028.23:004.5](043.2)

Фесенко А. М.,

канд. істор. наук, доцент кафедри соціології та політології,

Сокол О. А.,

студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

КІБЕРСПОРТ І ЙОГО СОЦІОЛОГІЧНЕ ВИВЧЕННЯ

Комп'ютеризація і цифровізація багатьох сфер життя суспільства, розвиток індустрії комп'ютерних ігор призвели до появи такого виду професійного спорту, як кіберспорт, або електронний спорт (від англ. *eSports*) – це індивідуальний або командний вид спорту з регламентованими правилами, заснований на взаємодії спортсмена з повністю або частково штучним середовищем (відеогра, комп'ютерна гра, мобільна гра, віртуальна та / або доповнена реальність тощо) та його елементами через використання інноваційних та / або цифрових технологій і технічних засобів.

Кіберспорт є формою спорту, де основним аспектам спорту сприяють електронні системи, вклад гравців і команд, а також результати роботи системи змагань, що опосередковані взаємодією «людина – комп'ютер» («людино-машинною» взаємодією). З позиції практичного аспекту цієї галузі, електронний спорт, зазвичай, належить до конкурентного (професійного чи аматорського) відеогеймінгу (відеоігри), який часто координується різними лігами, етапами та турнірами, де гравці виступають учасниками команд або інших типово спортивних утворень, що фінансуються різними діловими організаціями.

Кіберспорт як соціальний феномен за останні роки набув більшого поширення та висвітлення в різноманітних медіа. В Україні кіберспорт визнано офіційним видом спорту, його популярність зумовлена відносною доступністю для різних груп населення й великими

можливостями як розвитку особистих навичок у сфері ігор, так і можливістю «монетизувати» власні вміння, іншими словами – можливістю заробити на кіберспортивних змаганнях.

Варто зауважити на той факт, що кіберспорт лише нещодавно отримав поширення на міжнародному рівні, і все ще існує певний супротив та невизначеність щодо того, чи справді можна його вважати повноцінним видом спорту. Ця концептуальна дилема є актуальною проблемою не лише для визначення кіберспорту, а й для означення меж того, що ми розуміємо під поняттям «спорт» загалом. Очевидно, що багато хто (особливо шанувальники традиційних видів спорту) дотримується думки, що кіберспорт не можна назвати видом спорту, просто тому, що компетентність гравця не вимірюється ні його фізичною майстерністю, ні спритністю, оскільки спортсмени кіберспорту просто сидять «прикованими» до своїх стільців. Насправді, фізичні навантаження гравця є важливою частиною загальної спортивної діяльності, зокрема кіберспорту. Навіть з огляду на те, що події, які визначають його результати, відбуваються в межах електронного, опосередкованого комп'ютером середовища, це жодним чином не означає, що цей вид спорту не передбачає фізичних навантажень. Те, наскільки кіберспорт може фізично навантажувати, залежить від способу взаємодії «людина – комп'ютер», а також від програмного забезпечення чи системи певної гри.

Основна різниця між спортом і кіберспортом зводиться до того, де проявляються дії гравця чи команди, що визначають результати гри. У традиційних видах спорту всі види діяльності, що визначають результати, можна побачити в реальному світі, навіть незважаючи на те, що спортсмени і організатори можуть використовувати електронні та комп'ютеризовані системи для супроводу спортивної діяльності. У кіберспорті ж діяльність, що визначає результати, відбувається завдяки віртуальному світу, або іншими словами, в електронних (цифрових чи комп'ютерно опосередкованих) середовищах. Діяльність, що визначає результат, координується, організовується і управляється людьми в реальному світі, однак результат гри визначає не фізична та практична загартованість гравця, а, скоріше, статистика, що існує в межах електронної системи, яка контролюється гравцем і регулюється правилами програмного забезпечення та іноді організаторами змагань. Враховуючи, що гравці знаходяться у фізичному світі, але визначальні для результату події в кіберспорті відбуваються у віртуальному світі, можна сказати, що кіберспортсмени завжди повинні використовувати або іншим чином взаємодіяти в межах зв'язку «людина – комп'ютер», який з'єднує їхні тіла з електронною системою.

Виходячи з цих понять, ми пропонуємо визначити кіберспорт як вид спортивної діяльності, де основним аспектам спорту сприяють електронні системи, вклад гравців і команд, а також результати роботи опосередковані взаємодією «людина – комп'ютер» («людино-машинною» взаємодією).

Також можна зазначити, що кіберспорт можна розглядати, як й інші структурні види спорту – загальнодоступний та аматорський. Тут фокус на тому, що комп'ютерні ігри є хобі для багатьох людей, як і традиційний спорт; часто мотивацією гри в ті ігри, які є кіберспортивними дисциплінами, є самовдосконалення й здобуття певних досягнень; визнанням тут може виступати повага серед спільноти гравців чи близького кола спілкування, яка також грає; і, виходячи з попереднього твердження, як і аматорський та загальнодоступний спорт, кіберспорт може ставати фактором соціалізації (у вигляді знайомств з людьми за інтересами, участі в аматорських змаганнях тощо).

Кіберспорт потребує подальших досліджень у різних науках, зокрема, й у соціології. Кожне нове соціальне явище, велика подія, соціальне зрушення накладає свій відбиток на суспільство загалом, на судження людей про різні проблеми. Соціологія як наука, що вивчає суспільство та соціальні феномени, має свою нішу в дослідженні спорту загалом і кіберспорту зокрема.

Соціологія спорту як окрема галузь соціологічних знань, згідно з класифікацією Ю. Яковенка, підпадає під характеристики соціології соціальних дій і соціології соціальних інститутів, а також соціології соціальної свідомості.

Соціологія спорту – галузева соціологія, що вивчає спорт як соціальний феномен. Залежно від підходу, який обирає дослідник, спорт може бути розглянутий як частина фізичної культури чи в контексті професійних, великих змагань. За ширшим визначенням, соціологія спорту – галузь соціології, що вивчає соціальний генезис, зміст, структуру, соціальну роль і соціальні функції фізичної культури й спорту як суспільного явища, закономірності їх функціонування й подальшого розвитку в сучасному суспільстві у взаємозв'язку з іншими соціальними інститутами (сім'я, освіта, виховання, політика, економіка тощо), а також вплив фізичної культури і спорту на зміни в соціальній структурі суспільства і загалом на суспільний прогрес.

На сьогодні серед фахівців у галузі соціології спорту наявні деякі дискусійні положення. Одні науковці вважають, що потрібно акцентувати увагу на вивченні спорту та фізичної культури, у той час як інші вважають за необхідне досліджувати спорт великих досягнень. На відміну від фізичної культури, яка за допомогою фізичних вправ

спрямована на загальний фізичний розвиток людини, загартування тощо, спорт має на меті досягнення високих спортивних результатів із великим фізичним напруженням іноді на межі людських можливостей. Сьогодні спорт значною мірою вивчається як соціальне явище, а не лише як складова фізичної культури.

У цьому контексті інтерес являє собою класифікація спорту у вигляді структури сучасного спорту, у якій можна виокремити:

1. Масовий, загальнодоступний спорт (спорт для всіх); цільова мотивація – фізичне самовдосконалення, оздоровлення підвищення спортивної майстерності; суб'єкти спортивної діяльності – спортсмени-аматори.

2. Спорт найвищих досягнень.

3. Аматорський спорт; цільова мотивація – самоствердження, спортивне самовдосконалення, суспільне визнання. Суб'єктами спортивної діяльності в цьому разі є спортсмени-аматори.

4. Професійний спорт, у якому цільовою мотивацією є грошова винагорода та спортивне вдосконалення. Суб'єктами спортивної діяльності виступають спортсмени-професіонали.

5. Олімпійський спорт, у якому цільовою мотивацією є самоствердження, суспільне визнання та матеріальна винагорода. Суб'єктами спортивної діяльності в цьому разі виступають спортсмени-аматори та спортсмени-професіонали.

Найчастіше в межах соціології фізичної культури та спорту соціальне явище спорту визначають для аналізу, зосереджуючи увагу на вивченні масового спорту в контексті культури. Натомість, науковці, що розробляють галузь соціології спорту як об'єкт дослідження, віддають перевагу лише олімпійському та професійному видам спорту.

Галуззю соціології, що займається вивченням електронного спорту, відповідно, стає соціологія кіберспорту.

Якщо ми беремо як факт твердження «кіберспорт є справжнім видом спорту», можемо говорити про те, що соціологія кіберспорту є підгалуззю соціології спорту. Вона вивчає кіберспорт як вид професійного спорту. Можна встановити такі кореляції традиційного спорту із кіберспортом, які:

- мають спільну цільову мотивацію;
- мають суперницький аспект;
- забороняють використання допінгу;
- мають як командні, так і одиночні дисципліни;
- передбачають постійні тренування й вдосконалення власних навичок.

Отже, можемо говорити про те, що соціологія кіберспорту є підгалуззю соціології спорту, що, в свою чергу, у більшому масштабі підпадає під характеристики соціології соціальних дій і соціології соціальних інститутів.

УДК 316.728:339.13

Чорна В. О.,
канд. соціол. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Міньковська М. К.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ОНЛАЙН-ШОПІНГ ЯК НОВА СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА

Швидка урбанізація, скорочення розміру середнього домогосподарства в поєднанні з розвитком інформаційних технологій створюють дуже сприятливі умови для розвитку та поширення онлайн-комерції. Із запровадженням інформаційних технологій платежі та комунікації стають більш зручними, що ще сильніше затягує споживачів у світ онлайн.

Завдяки інтернету життя споживачів вже не буде колишнім – вони відкрили для себе найширші можливості у сфері шопінгу: покупки поза межами держав і без обмежень в асортименті, удосталь інформації про бренди і відгуки покупців. Комунікативні технології багато в чому змінили підхід до шопінгу, як і звички споживачів загалом. Оточені смартфонами, планшетами та ноутбуками, споживачі не прагнуть перейти від традиційних магазинів на онлайн-шопінг, вони, скоріше за все, доповнюють одне іншим. Сучасні девайси дозволяють знайти інформацію про товар у будь-який момент – як до відвідування магазину, так і вже всередині нього. З іншого боку, споживачі шукають необхідний продукт у магазині, щоб потім придбати його онлайн.

Отже, онлайн-шопінг стає невід’ємною частиною життя сучасної людини, і саме ж поняття онлайн-шопінгу набуває дедалі більшого поширення. Якщо спочатку цей англійський термін означав дозвілля, яке включало покупки, то згодом, із зростанням добробуту та зміною способу життя, де покупки стали важливою частиною повсякденності, термін набуває нових значень. Процес онлайн-шопінгу стимулює просування все нових і нових товарів на ринок та індивідуальну

соціальну діяльність, що передбачає постійне придбання, яке не пов'язане з рівнем прибутку чи способом життя, схваленого суспільством.

Віртуальний шопінг став самостійною культурною практикою в сучасному світі. Він має власний алгоритм поведінки споживача та вдосконалюється відповідно до його вимог та умов часу. Покоління сучасної молоді, яке виросло «з гаджетами в руках», віддає перевагу саме віртуальному шопінгу, що пояснює його популярність сьогодні. Можна сказати, що такий шопінг вже є предметом нашої буденності, і в майбутньому він буде дедалі досконалішим та більш вживаним серед споживачів.

Онлайн-шопінг має низку особливостей:

- Зручність (інтернет-магазин доступний для покупців цілодобово (24/7) порівняно з традиційним магазином);

- Поінформованість (онлайн-магазини надають більше інформації про товар, яку клієнти можуть використовувати під час покупок, окрім отримання інформації зі свого веб-сайту, споживачі можуть також використовувати відгуки інших клієнтів);

- Доступність товарів і послуг (інтернет-магазини пропонують вигоди споживачам, ширший асортимент товарів та послуг зі всього світу);

- Вигідність та економність (онлайн-шооперам пропонують більш вигідні пропозиції, вони можуть отримати той самий товар, що і офлайн-магазин, за нижчою ціною);

- Широкий спектр варіантів оплати (поряд з традиційними платіжними інструментами, зростає попит на інноваційні методи оплати);

- Повсюдна доставка (більшість покупців розраховують отримати замовлення протягом 2-3 днів та в зручне для них місце).

- З іншого боку, сьогодні все ще існує низка чинників, які утримують споживачів від онлайн-шопінгу:

- Низька обізнаність населення про переваги онлайн-шопінгу;

- Більшість роздрібних торговців створюють вебсайти з престижу («всі роблять»), а не для заробітку;

- Люди неохоче купують будь-які товари, такі як продукти харчування, оскільки неможливо перевірити термін придатності чи якість;

- Інтернет-магазини часто диктують свої умови потенційним покупцям (відмова від товару не гарантує, що додаткові збори за доставку не стягуватимуться);

- Відсутність законодавчої бази (законодавства), яка регулює діяльність онлайн-магазину, зокрема щодо повернення товарів з дефектами;

- Продаж товарів лише на основі передплати;
- Бажання розглянути товари зблизька та відвідати магазини;
- Занепокоєння щодо зловживання персональними даними та платіжною інформацією;
- Відсутність потреби робити покупки в інтернеті, приблизно кожен десятий не довіряє інтернет-магазинам або боїться клопоту з оформленням і отриманням замовлення;
- Іноді фотографії та описи товарів в онлайн-магазинах не допомагають зробити зручний вибір, а лише ускладнюють його;
- Нemoжливiсть проконсультуватися з продавцем, «торкнутися» товару, спробувати його;
- Не всі онлайн-магазини надають можливість купувати товари в кредит.

Онлайн-споживання функціонує в конкретному суспільстві, воно відображає його спосіб життя, систему цінностей, рівень виробництва, культуру. У той же час суспільство так чи інакше оцінює своє споживання, сприймає як цінність, підпорядковує певним ідеям, ідеалам, цілям. Крім того, воно використовує онлайн-шопінг як інструмент підтримки власного престижу, показник досяжності споживчих цілей, «прив'язаних» до певної якості життя: онлайн-покупки в соціально-культурному вираженні виступають як різновид соціальної діяльності, спрямованої не лише на задоволення функціональних потреб споживача, але й стає постійним прикладом культури повсякденного життя, соціально узгодженої моделі поведінки та певного способу самоідентифікації.

Сьогодні процес онлайн-споживання відіграє одну з найважливіших ролей у функціонуванні механізмів соціальної диференціації та ідентифікації та, як результат, формує ідеологію споживання як своєрідного світогляду. Більш того, має місце перетворення онлайн-покупок на сталий приклад культури повсякденного життя та одну з найпоширеніших соціальних практик.

Отже, необхідність вивчення проблеми споживання в соціологічному аспекті пояснюється тим, що сучасні соціальні перетворення суттєво зумовлені впливом споживчого процесу на його матеріальні й символічно репрезентативні елементи. Споживання, яке трансформується із простого задоволення потреб у найважливіший соціальний механізм сучасного суспільства, створює певний світогляд, у якому онлайн-покупки є важливою частиною способу життя як втілення видимого успіху, вираженого в певних стратегіях поведінки та власності на конкретні товари.

Фесенко А. М.,
канд. істор. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Ветрова Є. В.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

РЕЛІГІЙНІСТЬ НАСЕЛЕННЯ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Релігія є однією з найдавніших форм суспільної свідомості, своєрідною формою відображення світу.

У широкому сенсі, як соціальний інститут, релігія – це сукупність вірувань і віровчень, наявних у суспільстві. Вона включає до свого складу сукупність звичаїв, обрядів, правил життя і поведінки людей тощо. Культурними аспектами вивчення релігії займається окрема наука релігієзнавство, а соціальними – соціологія релігії як галузь соціологічного знання.

Релігія, маючи надіндивідуальний характер, актуалізується у свідомості та поведінці окремих індивідів-вірян, які утворюють певну релігійну спільноту. Самий процес актуалізації внутрішньопсихічного і зовнішньосимволічного потенціалу релігії є проявом релігійності особистості. У релігійності поєднуються спонуки, враження, почуття, переживання, думки, переконання, цінності, установки, стереотипи щодо надприродного (потойбічного, трансцендентного), які сформувалися на основі отриманого й пережитого релігійного досвіду й реалізуються в релігійній діяльності.

Для соціолога релігійні вірування цікаві і важливі не самі по собі. На відміну від, наприклад, філософа, для нього істотне значення має не питання про те, істинні вони чи хибні, а питання про те, як ці вірування, діяльність релігійних організацій впливають на поведінку людей. Проблема полягає в тому, щоб виявити мотивацію людських дій. При цьому не обов'язково вірування впливають на поведінку: індивід може стати членом релігійної групи, навіть і не знаючи особливостей тих вірувань, яких вона дотримується.

Історія і практика християнства та інших релігійних течій в Україні за останні роки стали предметом гострої полеміки як серед світських аналітиків, так і богословів, священнослужителів і парафіян.

Розбудова незалежної Української держави виявила складну історичну спадщину, що дісталася Україні в царині церковного життя та державно-церковних відносин. Уся наша історія переповнена спробами використання церкви як фактора геополітичних змін,

етатистськими впливами держави щодо церкви – як намаганням відродити ту церкву, яка б стверджувала національну самобутність народу та його природне право на свободу, так і спробами її нищення, нівелювання та уніфікації.

Сьогодні різні політизовані організації або їх члени, порушуючи Конституцію, внутрішні закони релігійних громад і церкви, втручаються в суто релігійну сферу, проголошуючи об'єктами своїх інтересів специфіку богослужіння церковних общин, їхню конфесійну належність, що викликає численні протести вірян. Така практика полегшується тим, що широким колам населення України майже нічого не відомо про історію і сучасне становище тих чи інших церков, нетрадиційних конфесій, які діють на терені країни, про їхнє, так би мовити, національне і політичне обличчя. Брак необхідних знань з історії вітчизняної релігії та національної церкви не дає можливості завжди компетентно орієнтуватися в сучасних релігійно-церковних проблемах.

Минулого року в рамках курсової роботи авторки цієї доповіді було проведене емпіричне дослідження у вигляді опитування, було вибрано 100 випадкових людей, із використанням онлайн-сервісу Google Forms: 63 чоловіки та 37 жінок. Опитувальник містив 13 запитань. Дослідження носило характер пілотного (розвідувально-описового) й мало на меті з'ясувати особливості релігійності населення м. Миколаєва.

За результатами опитування одержано таку соціологічну інформацію:

1. Виходячи з відповідей на запитання робимо висновок, що цією темою більше за все зацікавлені люди більш старшого віку: їх чисельність, що погодились пройти опитування, склала 55%. Молодше покоління меншою мірою виявило зацікавленість у тематиці. В опитуванні взяли участь люди з різних сфер зайнятості, що мають різне оточення, яке, ймовірно, впливає на їхню релігійність.

2. Згідно з відповідями в анкеті 67% опитуваних твердо впевнені у своїй вірі, 10% не вірять в існування «вищих сил», 13% мають сумніви щодо своєї релігійності, 7% опитуваних вірять в існування містичних сил, що керують усім, але не можуть сказати, що це саме Бог, і 3% не можуть відповісти на це питання.

3. Щодо питання «Чи берете Ви участь в житті якої-небудь релігійної громади (приходу)?» маємо такі результати: 40% опитуваних постійно беруть участь, 19% час від часу беруть участь у житті громади, 23% відчувають, що приналежні до однієї з релігійних спільнот, але участі в її житті не беруть, 16% опитуваних категорично

не беруть участь у житті будь-яких релігійних громад і 2% мають складнощі при відповіді на це питання.

4. Переважна більша кількість опитаних, а саме 87%, сповідують саме християнство, 3% є свідками Іегови, а 10% відповідали, що не вірять в Бога або сумніваються з відповіддю.

5. Відносна більша кількість опитуваних, а саме 40%, відвідують храм 1–2 рази на рік, лише на свята. 3% опитаних не відвідують храм, 17% відвідують дуже рідко, а 24% бувають у храмі частіше ніж раз на місяць, 9% не можуть згадати.

6. Згідно з даними, отриманими в результаті дослідження, виявляється, що 40% опитуваних виконують обряд причастя рідше одного разу на рік, 23% не виконують обряд, 13% постійно виконують обряд, частіше одного разу на місяць, 9% опитуваних проходять обряд 1–2 рази на рік, 8% мають складності при відповіді на це питання, а 7% проходять обряд більше двох разів на місяць.

7. На питання «Як часто Ви молитесь?» отримали такі результати: 54% опитуваних, що становить більшість, постійно моляться, але своїми молитвами, натомість 33% використовують молитви церкви, до якої вони належать, 7% постійно читають ранкове і вечірнє слово, 4% майже не використовують молитви у своєму житті, а 2% мають складності під час відповіді на це питання.

8. Більшість опитаних, 61%, визнають, що колись читали релігійні тексти, але не роблять це на постійній основі, 18% взагалі не читають релігійну літературу, 7% регулярно читають більше ніж один текст, 6% регулярно читають, але лише один текст, 5% мають труднощі при відповіді на запитання і лише 3% читали релігійні тексти нещодавно.

9. Згідно з результатами можна зробити висновок, що 38% опитуваних відвідують служби та релігійні заходи приблизно раз на рік, на релігійні свята, 27% відвідують декілька разів на рік, 19% часто відвідують релігійні заходи, служби, а також беруть участь у релігійних зборах. 14% опитуваних ніколи не відвідують жодних релігійних заходів і 2% не можуть відповісти на це запитання.

10. Більшість населення, 40%, знають про існування від чотирьох до семи інших релігій, 35% знають про дві–три інші релігії, 18% мають інформацію про вісім–десять інших релігій, про котрі дізнались із ЗМІ та з розповідей знайомих, як і 5% тих, хто знає про більш ніж десять інших релігій, і 2% опитуваних, окрім своєї, можуть згадати лише одну іншу релігію. Характерно, що до опитуваних, котрі знають про існування більшої кількості релігій, окрім тої, котру сповідують вони, належить у більшості молоде покоління, тоді ж як старші схильні до своєї релігії й не цікавляться іншими.

11. Більшість опитуваних, а саме 36%, достатньо толерантно ставляться до інших релігій, 31% опитуваних вважають, що Бог один, просто в різних релігіях він має різні імена, 15% різко негативно реагують на існування інших релігій, стверджуючи, що Бог, єдиний вірний, і це той, в якого вірять вони. 10% мають складнощі при відповіді на це запитання. 8% опитуваних позитивно реагують на різні релігії, вважаючи вивчення їх для загального розвитку і пізнання цього світу гарною ідеєю.

Роблячи загальні висновки після проведеного дослідження можна стверджувати, що більшість опитуваного населення досить релігійні люди, що толерантно ставляться до інших релігій. Багато з опитуваних обізнані в питаннях не лише своєї релігії, а й інших. Важливим фактором в проведенні опитування й визначенні результатів став соціально-демографічний статус респондентів, а саме вік, що наводить на думку, що зі змінюю поколінь змінюється й релігійність, а також і ставлення до релігії населення загалом.

УДК 316.346.32-053.6:07](043.2)

Фесенко А. М.,
канд. істор. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Гончаренко Є. А.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

ЗМІ ТА ПРОЦЕСИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

Поняття «молодь» у соціологічному контексті формується з плином історії. У межах соціологічної науки багато дослідників, у тому числі й широко відомих у наукових колах, займалися вивченням цієї соціально-демографічної групи, її соціальних властивостей, соціальної психології тощо. Сучасна наука встановлює такі соціально-психологічні риси, які притаманні молоді: формування почуття дорослості, самооцінки, світогляду; високий ступінь емоційності в поведінці та стосунках з іншими людьми; зосередження на внутрішніх проблемах і схильність до самотності; прагнення до незалежності; підлітковий максималізм. Всі вони випливають з того факту, що молодь активно залучається до соціалізаційних процесів, іспитуючи вплив з боку різних соціальних інститутів та агентів соціалізації.

У сучасну добу, як у добу інформаційного суспільства, надзвичайно важливу роль у соціалізації молодого покоління

відіграють засоби масової інформації (ЗМІ). На сьогодні час роль ЗМІ дуже велика. Адже не дарма ХХІ століття називають «інформаційним століттям». Завдяки масмедіа відбувається інформування та просвіта населення, формується політика і економіка. Без телебачення, радіомовлення, інтернету, друкованої преси неможливо уявити життя сучасної людини.

ЗМІ – це різновид медіа, орієнтований на одночасне передавання інформації великим групам людей. Тобто до складу засобів масової інформації входять всі засоби передавання, зберігання та відтворення певної інформації: преса, радіо, телебачення, інтернет, кінематографія, аудіо- та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, мультимедійні центри. Прискореними темпами набирають популярності саме аудіо- та відеоформати засобів масової інформації.

До новітніх ЗМІ слід віднести ті, що належать до системи інтернету, серед них онлайнові соціальні мережі, пошукові браузері, блоги та інші. Серед соціальних мереж особливу популярність мають Facebook, Instagram, месенджер «Telegram».

Становлення особистості відбувається під постійним впливом одержуваної інформації, яка впливає на цінності, установки і поведінку молоді. Постачальником такої інформації виступають насамперед ЗМІ, відтісняючи на другий план інформацію з більш традиційних джерел, зокрема таких, як сім'я та школа.

Проблеми впливу ЗМІ на молодь вивчаються вченими в усьому світі дуже активно, тобто саме молоді люди більш чутливі до медіаінформації. Саме молодь – це та соціальна група, яка по максимуму використовує ЗМІ й жадібно черпає інформацію різного змісту: молоді люди дуже допитливі, хочуть бути в курсі різних подій, що об'єктивно притаманне молодому віку. З іншого боку, саме ЗМІ формують характерні для сучасної масової культури особистісні норми поведінки, які відображаються на молодіжній субкультурі й тим самим присвоюються підлітками, формуючи їх певні цінності, установки й культурну поведінку. У цьому аспекті особливий інтерес викликає аналіз як позитивних, так і негативних моделей соціальної поведінки, що поширюються каналами ЗМІ, тому що це має прямий стосунок до розуміння змістовності контексту й механізмів соціалізації підлітків.

На сьогодні існує низка теорій про вплив ЗМІ на соціум, зокрема й на соціальний розвиток молоді та її поведінку. Розглянемо деякі з них:

1) Теорія культивування (Дж. Гербнер, Л. Гросс). ЗМІ загалом розглядаються як засоби, що культивують, тобто зміцнюють певні цінності, вже наявні в культурі. Відповідно до висунутого припущення

насамперед телебачення розглядалося як засіб, який зумовлює довгостроковий соціалізуючий ефект, складений з невеликих і поступових ефектів, які накопичуються й призводять до істотної зміни свого сенсу.

2) Теорії «чарівної кулі» та «підшкірних ін'єкцій» (Г. Лассуел). Відповідно до цієї теорії ті, хто управляє інформацією, управляють і суспільством: ЗМІ мають прямий, безпосередній і потужний вплив на людей, на широкі маси.

3) Теорія порядку денного (М. Мак Комбс, Д. Шоу). ЗМІ не стільки примушують людей думати, скільки формують їхнє бачення подій, які складають той чи інший порядок денний. Порядок денний носить запрограмовано-вибірковий характер, оскільки і теми, і проблеми, перш ніж вони стануть надбанням масової аудиторії, піддаються ретельному відсіву й розподіляються за ступенем значущості в інформаційному просторі, яка виизначається самими засобами масової інформації.

4) Теорія здобуття користі і задоволення (Дж. Бламлер, Е. Кац). Людина, відповідно до цієї теорії, активно добирає саме ті повідомлення, які зорієнтовані на її цілі, потреби, інтереси, ціннісні орієнтації.

5) Теорія залежності (С. Болл-Рокіч, М. де Флер). Відповідно до цієї теорії наявна складна система взаємодій між ЗМІ, їхньою аудиторією і суспільством, а також сильна залежність потреб і спрямувань людей від діяльності масмедіа.

Узагальнюючи підходи, можна стверджувати, що засоби масової комунікації, взаємодіючи з аудиторією, створюють у людей різні потреби, інтереси і потяги. Сформувавшись, ця мотиваційна система починає впливати на те, де, у якій сфері людина буде шукати джерела задоволення потреб. Вибравши ті чи інші джерела, людина може в подальшому перебувати в певній залежності від них.

У сучасну добу найпотужнішими доступними для всіх засобами масової інформації, що впливають на суспільну свідомість, є інтернет та телебачення. Соціологічні дослідження показують, що на першому місці за кількістю витраченого часу стає інтернет, на другому – телебачення, а потім вже всі інші ЗМІ. Так, згідно з останніми дослідженнями GWI середній користувач тепер проводить 3 години 39 хвилин щодень в інтернеті зі свого мобільного телефона, а на перегляд телебачення припадає 3 години 24 хвилини на день.

Інтернет та телебачення надають можливість наочно-образного сприйняття, а значить і більш потужного емоційного впливу на людину. Найцікавішими для сучасної масової аудиторії телевізійними

передачами є розважальні програми, друге місце посідають музичні програми. Щодо інтернет-контенту, то тут також провідне місце належить розважальним відео-, фотоматеріалам.

Вплив ЗМІ на соціалізацію молоді значний. Саме ЗМІ вбирає в себе досвід і традиції різних видів мистецтва, друку і радіо, різнобічно відображає соціально-економічне, політичне, культурне життя сучасного суспільства, справляє досить значний вплив на соціокультурні, навчальні та виховні процеси. Активно розгортається через масмедіа і політична комунікація: сучасні політики та претенденти на посади використовують соціальні мережі, зокрема й надзвичайно популярні серед молоді Instagram та YouTube. За дослідженням PlusOne, Instagram істотно випереджає Facebook серед молодих користувачів віком до 28 років. І впливовість політиків серед молодого покоління безпосередньо залежить від їхньої онлайн-активності. Це засвідчили останні вибори Президента України, де спостерігалася висока явка серед молоді, і де надпопулярний тоді В. Зеленський через свій Instagram активно закликав молодь до участі в голосуванні.

Однак необхідно звернути увагу й на негативні наслідки ЗМІ – пропаганда та навіювання певних фактів під гаслами просвіти та інформування молоді. З легкістю отримання інформації суспільство прийшло до легкої підробки та поширення фейкового матеріалу. Неправдива інформація поширюється в соціальних мережах у шість разів швидше, ніж правдива. Експерти змогли підрахувати, що в середньому фейкові новини охоплюють 1500 користувачів соціальної мережі всього за 10 годин, у той час як правдиві новини – за 60 годин. Це спричинено тим, що неправдива інформація є більш сенсаційною та незвичайною. Фейкові повідомлення тим часом мають на 70% більшу ймовірність, що їх поширюватимуть, і саме політична дезінформація – лідер за швидкістю поширень. Інші популярні теми – міські легенди, бізнес, тероризм, наука, розваги та стихійні лиха.

Названі обставини вимагають активізації діяльності щодо підвищення якості соціалізації молоді, виховання її культурних, інтелектуальних і громадянських якостей. Найбільш актуальним у зв'язку з цим є виховання молоді в дусі високої моральності й патріотизму, посилення духовної складової у свідомості суспільства загалом. Велике значення для розв'язання цієї проблеми відводиться підвищенню освітнього рівня молоді. Необхідні заходи з організації «ювенальних ЗМІ» навчально-просвітницького призначення, які сприятимуть вирішенню нагальних молодіжних проблем: вибору професії, здобуття освіти, досягнення надбань культури та цивілізації.

Фесенко А. М.,
канд. істор. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Назаренко І. В.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

УКРАЇНА У СВІТЛІ СОЦІОЛОГІЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Поняття модернізації в соціологічному контексті є зміною суспільства відповідно до вимог сучасності, тобто перехід від традиційного до сучасного суспільства з модифікацією усіх соціальних інститутів.

Модернізацію розглядають «первинну» та «вторинну». «Первинна» модернізація відбувається через промислові революції, «вторинна» – під час формування індустріального суспільства в країнах «третього світу».

Учені зазвичай вивчають модернізацію: крізь призму соціальних перетворень суспільства, у контексті «історичної модернізації», як формування нового типу динамічної та активної особистості, спрямованої на досягнення нових нетрадиційних цілей, і як створення нових інституційних механізмів, трансформація, пов'язана з переходом від традиції до сучасності.

Що стосується визначення терміна глобалізації, то це останній процес трансформації в просторовій організації місцевих, регіональних і світових економічних відносин та відповідних соціальних відносин. Процеси глобалізації суттєво впливають на розвиток людської цивілізації.

Особливістю глобалізації є наявність великої кількості різних процесів, які разом відіграють важливу роль і суттєво впливають на розвиток цивілізації людини.

Процес глобалізації зазнав розвитку на трьох етапах: ера індустріальної цивілізації (XVII–XIX ст.), епоха імперіалізму (перша половина XX століття) та період краху колоніальної системи імперіалізму й формування основ постіндустріального суспільства (друга половина XX століття).

Основні виміри, фактори та соціальні наслідки глобалізаційних процесів сучасності є такими. З економічної точки зору головним протиріччям на шляху гармонійного глобального економічного розвитку міжнародного співтовариства держав є занадто високий

рівень фінансової міцності провідних західних країн та їхня потреба в забезпеченні глобальних фінансових ринків та інноваційних ринках у майбутньому розвитку. З політичної точки зору глобалізація змінила розуміння політики та природи політичних відносин. Глобалізаційні процеси в політиці призвели до виникнення крихкої глобальної держави, у якій чітко формулюються та уніфікуються інтереси, ухвалюються рішення, розподіляються ресурси, а сама політика проводиться через міжнародні політичні процеси. Глобалізація культури стала процесом зближення споживчих культур між країнами, широке використання англійської мови для міжнародної комунікації, використання інтернету для інформації та комунікацій, поширення в усьому світі філій, телебачення та програмного забезпечення, зростання міжнародного туризму.

Щодо проблем, спричинених процесами глобалізації, то вони є результатом негативного прояву науково-технічного прогресу, і завдяки значному прискоренню процесів глобалізації вони набули глобального виміру.

Взаємопов'язаність і взаємозв'язок процесів модернізації та глобалізації значною мірою визначають логіку розвитку сучасного світу й викликають перед світовою спільнотою проблему її майбутнього. На мою думку, важливо не те, що розділяє, а те, що об'єднує для досягнення спільної мети. Важливо, щоб суспільство було заздалегідь морально та економічно готове до складних змін.

Щодо характеристики пострадянської соціальної трансформації в Україні в світлі теорії модернізації – це новий тип процесу суспільно-політичної трансформації, специфікою якого є якісні перетворення, що охоплюють усі сфери суспільного життя й поєднують соціально-політичні та національно-політичні перетворення. Через соціально-політичні трансформації ступінь руйнування тоталітарних режимів у різних країнах коливався, що призводило до різних способів краху режиму: поступових реформ (Польща, Угорщина); народне повстання (Румунія); оксамитові революції (Східна Німеччина, Чехословаччина, Болгарія); розпад комуністичних федеративних держав (Соціалістична Югославія, Радянський Союз) тощо.

Участь і місце України в глобалізаційних процесах сучасності залежить від багатьох факторів, серед яких природні ресурси та людський потенціал, рівень економічного та науково-технічного розвитку, напрямок спеціалізації (регіональна та глобальна) та стан інституційної системи та зовнішньоекономічна інфраструктура. Домінантною ідеєю глобалізації сучасного українського суспільства є широка всебічна модернізація всіх сфер соціально-економічного життя

для побудови незалежної суверенної держави, яка гармонійно поєднує інтереси українського суспільства та світової спільноти.

Розвиток українського суспільства підпорядковується загальним законам розвитку сучасної світової системи, головним з яких є тенденція глобалізації. З цієї причини в умовах надзвичайного зростання зовнішніх впливів на економічне, соціальне, культурне та політичне життя українського суспільства проблема впливу на розвиток глобальних процесів стає центральним питанням виживання.

Необхідно сприймати як належне, що ми, українці, перебуваємо в бурхливому потоці світу з усіма його загрозами та викликами, і ці загрози можуть бути не лише десь у віддалених регіонах, а й зовсім поруч. Нас не обов'язково оточує дружній, а скоріш конкурентоспроможний і складний світ, у якому йде запекла боротьба за виживання. Світ, де діють закони природного відбору і сильний поглинає слабкого, де для успіху потрібні кращі, сильніші та ефективніші.

Вплив нової реальності, яка виникає під тиском глобалізації, має сильний, навіть шокуючий політичний ефект, оскільки вимагає позиції щодо принципів і динаміки глобалізації й поведінкової стратегії відповідно до її парадоксів і викликів. Однак важливо визначити, чи дійсно ми досягли стадії радикальних структурних змін в Україні. Навіть якщо такої визначеності немає, і якщо це станеться, імпульс для таких змін, ймовірно, буде не так внутрішнім, як зовнішнім, викликаним периферійними процесами в нашій країні.

УДК 316.723-053.6(043.2)

Ляпіна Л. А.,

канд. політ. наук, доцент кафедри соціології та політології,

Гіро О. Г.,

студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

МОЛОДІЖНІ СУБКУЛЬТУРИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Молодіжні субкультури – це об'єднання молоді, вони мають особисті елементи культури, а саме мову, традиції, символіку, норми, тексти і цінності. Зазвичай вважається, що всі неформали є безграмотними та божевільними сектантами. Соціологічні дослідження

виявили, що велика кількість підлітків відносить себе до тієї чи іншої субкультури, тому необхідно вміти відрізнити їх одна від одної та розуміти, як вони впливають на дітей. Більшість молодіжних субкультур можна поділити на дві групи. Перші – традиційні, тобто субкультури, які мають свою довгу історію, другі – новітні, що виникли відносно нещодавно.

Хіпі – молодіжний рух хіпі з'явився в Сан-Франциско в середині 60-х років минулого століття, через прояв лібералізації й процесу демократизації суспільства. Поняття «сексуальна революція» та «психоделічна революція» можна пов'язати з найяскравішим проявом контркультури, що має пацифістське забарвлення. Люди, які були причетні до цього руху називали себе «поколінням квітів», «дітьми квітів» тощо. Цікаво зауважити, що в перше слово «хіпі» прозвучало в американській телевізійній передачі, і ним характеризували людей у майках, джинсах і з довгим волоссям. З кожним поколінням зовнішній вигляд хіпі трохи модернізується завдяки невеличкому рюкзаку або кільцям у вусі. Вони надають перевагу яскравому одягу, проте він не повинен виділяти їх серед інших людей. Хіпі можна розпізнати за їх музичними вподобаннями (рок-н-рол), ставленню до наркотиків (вживання марихуани, ЛСД, тощо), практикам медитації і подорожам автостопам. До відомих прихильників цієї субкультури можна віднести The Beatles, The Doors.

Естетика смерті, готичної музики та роману призвела до створення Готів. Започаткувався цей рух у 1979 році через вплив пост-панка, а своє самовираження готи транслюють через любов до вампірської естетики й похмурого бачення світу. Темний одяг, чорне волосся, нашійник з шипами або прикраси окультної тематики характеризують представників цієї субкультури. Вони використовують символіку християн, єгиптян і кельтів. Наразі ця субкультура дуже активно розвивається в нашій державі. Серед відомих прибічників можна назвати Ернеста Хемінгуея, Альбера Камю, Джорджа Байрона. Готична субкультура постійно зазнає жорсткої критики через свою естетику, погляди на життя і протести проти загальноприйнятих культурних стереотипів.

Байкери вбачають сенс свого життя в мотоциклах (байках). Цей рух було започатковано в 1950-х роках, тоді ще представників цієї субкультури поділяли на агресивні і ворогуючі угруповання. Основним приводом такого поділу була манера їзди та образ мотоцикла. На перший погляд вони дуже схожі на металістів через їх любов до важкої музики. Чоловіки в чорних шкіряних куртках, банданах із зображенням черепів представляють цю культуру вже тривалий час. В Україні цей

рух набрав обертів у кінці минулого століття, проте ця субкультура виникла в США задовго до цього. Для кожного з представників цієї субкультури байк віддзеркалює їхній стиль життя. Один з найвідоміших байкерів – Джеймс Дін. Цей кіноактор висловив своє негативне ставлення до суспільства і буржуазії у фільмі «На Схід від раю». Свої емоції герой вивільняє під час їзди на великій швидкості. Характерний критерій для байкерів – об'єднання в так звані клуби, які зазвичай мають мирний характер.

Фріки – це субкультура, яка об'єднує людей, які люблять яскраве вбрання й постійно привертають до себе увагу. Початок цієї культури походить з Північної Америки ХХ ст. Слово «фрік» вживають щодо людей, які свідомо змінюють свій зовнішній вигляд за допомогою яскравого одягу, тату, пірсингу тощо. Саме тому культура фріків об'єднує сміливих і відчайдушних людей. Представники цієї культури не мають негативного ставлення до світу і ворожих поглядів на інші субкультури. Проте їхня свободолюбивість заважає іншим і не дає їм можливості впливати на них. Фріки самі створюють свою моду шляхом поєднання несумісних речей. Слід зазначити, що ця субкультура дуже популярна в США. Відомим представником цього руху є художник Врубель, який започаткував моду на зелений колір волосся, за що отримав світове визнання.

Отже, існує дуже велика кількість субкультур, що є невід'ємною частиною суспільної культури. Переважно субкультури впливають на людей підліткового віку, які шукають спосіб виразити свої погляди на життя. У сучасному світі велика кількість людей не розуміє такого явища, як «субкультура», тому їхні судження є стереотипними і здебільшого помилковими. Відсутність етнокультурної самоідентифікації пов'язана з тим, що народна культура сприймається серед сучасної молоді як пережиток минулого, саме тому підлітки шукають нові способи самовираження. Зазвичай молодіжна субкультура має на меті проведення відпочинку або передачу і поширення інформації. Молодіжна субкультура допомагає полегшати перехід з однієї крайності в іншу, та акумулює в собі досвід вирішення життєвих негараздів, які накопичувалися поколіннями.

Ляпіна Л. А.,
канд. політ. наук, доцент кафедри соціології та політології,
Норова Д. Ю.,
студентка 4 курсу спеціальності «Соціологія»,
ЧНУ ім. Петра Могили, м. Миколаїв, Україна

АНАЛІЗ КОНЦЕПЦІЇ С. ХАНТІНГТОНА «ЗІТКНЕННЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙ»

Відомий американський політолог С. Хантінгтон опублікував влітку 1993 року статтю «Зіткнення цивілізацій?» у журналі *Foreign Affairs*. Йде розбудова глобального політичного простору за культурним принципом. Народи та країни родинних культур зближуються. Народи та країни різних культур, навпаки, віддаляються одне від одного. Спільки та блоки, що визначалися ідеологією та відносинами наддержав, змінюються союзами, що диктуються приналежністю до тієї чи іншої культури та цивілізації. Прискорюються процеси, створені задля приведення політичних кордонів відповідно до культурних. Спільноти, що об'єднуються спільною культурою, приходять на зміну блокам часів холодної війни, а лінії тектонічних розломів між цивілізаціями стають осями протистоянь і зіткнень світової політики.

Водночас для повноти історичної картини зазначимо, що до С. Хантінгтона поняття «зіткнення цивілізацій» використав класик цивілізаційного підходу англійський історик А. Тойнбі в праці «Цивілізація перед судом історії».

За концептуального осмислення питання про зіткнення цивілізацій необхідно зважати на те, що в процесі глобалізації відбувається інтенсивна взаємодія різних народів і культур.

Посиленню нестабільності глобального сучасного світопорядку сприяють конкретні прояви зіткнення цивілізацій у сучасному світі.

Політика, що спирається не так на норми міжнародного права, як на військову силу, не може вирішити найскладніші питання, породжені глобалізацією. Вона загострює міжнародні відносини й призводить до інтенсифікації гонки озброєнь, оскільки страх можливості початку воєнних дій проти тієї чи іншої країни змушує посилювати обороноздатність усіх країн аж до прагнень мати свою атомну зброю. Тим самим політика, заснована не так на законі, як на силі, викликає опір і, відповідно, сприяє гонці озброєнь.

Одна з основних особливостей глобалізованого світу – відсутність довіри між різними державами.

У подібній атмосфері зростає сума військових витрат у світі, створюються нові види озброєння на основі нових досягнень науки і техніки, формуються сильні військові угруповання в нестабільних регіонах Азії, Близького Сходу та Латинської Америки.

Закінчення «холодної війни» та протистояння між капіталізмом і соціалізмом вплинуло на характер витрат на оборону, але історично невеликий період пошуку нової моделі світу не так знизив витрати на виробництво зброї, скільки призвів до розбудови оборонного сектора, підвищення витрат на науково-дослідні роботи в галузі вдосконалення засобів військової техніки.

М. Тетчер різко критикувала позиції тих країн, зокрема Франції, Китаю, Росії, Швеції, які виступають проти моделі «однополярного світу» на чолі з США.

У цьому діалозі Росії належить одна з провідних ролей у силу її історії, ментальності, що своєрідно поєднує цінності Заходу та Сходу, багатонаціональності, поліконфесійності.

Однією з суттєвих особливостей сучасного етапу цивілізаційного розвитку є поглиблення взаємозалежності різних країн, з одного боку, і зростання напруженості у світі – з іншого.

У сформованій наприкінці ХХ і на початку ХХІ ст. ситуації особлива відповідальність лежить на індустріально розвинених країнах світу взагалі й США особливо, оскільки Сполучені Штати стали лідером західного світу й претендують на роль єдиної наддержави в умовах формування нового глобального світу.

Спробою розібратися в глобальних трансформаціях були статті американських політологів Ф. Фукуями «Кінець історії» і С. Хантінгтона «Зіткнення цивілізацій?». При цьому, якщо Ф. Фукуяма обґрунтовував тезу про остаточну перемогу ліберально-демократичних ідей над усіма іншими ідеологічними концепціями, то Хантінгтон, як було зазначено, звернув увагу на загострення взаємин між цивілізаціями, ядром яких виступають різні релігійні та культурні цінності.

Слід зазначити, що світ кардинально змінився, – він став глобальним і взаємозалежним, а законодавчі основи, які регулюють ведення війн, мало змінилися. Ужиття заходів, які враховують реалії нового, третього тисячоліття, могло б сприяти зміцненню глобальної безпеки й зменшенню напруженості між цивілізаціями.

У період «холодної війни» національні інтереси США спиралися на політику «стримування комунізму», починаючи з 90-х років. ХХ ст., коли Штати стали лідером західного світу, який виграв протистояння з комунізмом, різко змінюється стратегічна установка США, яка

переходить від політики «стримування» до політики «розширення» впливу Америки на процеси, що відбуваються у світі.

Розрив між економічними системами, що є основою нерівномірного розвитку різних держав, посилюється в процесі глобалізації, оскільки цей процес робить ринки відкритими, глобалізуються фінансові потоки, що зрештою сприяє більш швидкому збагаченню багатих і зuboжінню бідних.

Контури глобального світу мають формуватися з урахуванням інтересів усіх провідних країн світу.

Західна цивілізація, яка протягом п'яти століть справляла вирішальний вплив на світовий розвиток, поєднала в собі найкращі досягнення кількох культур: антично-середземноморської, іудаїстської, християнської.

Наступальний характер експансії Заходу на країни Азії зумовив появу в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні концепцій розвитку взаємовідносин між Сходом і Заходом, заснованих на неприйнятті політичного та ідеологічного диктату та критичному підході до досягнень західної цивілізації. Так, у багатьох державах Азії виникло уявлення про можливість запозичити в Західній Європі та США їхні наукові та технічні досягнення і в той же час не допустити проникнення в Азію притаманних Заходу соціальних цінностей і світогляду.

Отже, варто відзначити той факт, що на сьогодні більшість конфліктів у світі між представниками різних цивілізацій відбувається в основному через боротьбу за володіння та контроль стратегічно важливих ресурсів, таких як нафта, газ, водні, земельні та лісові ресурси, мінеральні та немінеральні природні копалини тощо.

Щодо аналізу роботи Хантінгтона, то однозначного висновку, чи стане світ через 10–20 років наповнений конфліктами тільки на ґрунті культурних відмінностей цивілізацій, зробити не можна. Звичайно, без цих конфліктів не обійдеться, вони завжди були і будуть. Проте якщо проаналізувати історичний процес, можна побачити, частка цих конфліктів займала незначну частину від усієї маси конфліктів, які відбуваються у світі. Також під егідою цієї теорії безліч конфліктів камуфлюються як конфлікти на ґрунті культурних відмінностей, що ускладнює процес ідентифікації конфліктів і його справжніх причин. Проте варто відзначити важливий фактор – інтеграцію громадськості. З часом все більше націй об'єднуються, запозичуючи нові культурні цінності одна в одній, і на основі цього відпадають багато протиріч на культурному ґрунті.

Однак з урахуванням глобальних проблем, пов'язаних з екологією, демографією, ресурсовикористанням, наявністю ядерної зброї, світ потребує єдності та згуртованості, спільних дій усіх народів і країн.

ЗМІСТ

Секція. СОЦІОЛОГІЧНА ТЕОРІЯ НА ТЛІ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

<i>Ляпіна Л. А.</i> Яким буде наш світ? (порівняльний аналіз прогнозів майбутнього світової спільноти).....	1
<i>Броннікова Л. В.</i> Четверта промислова революція: новий етап інтеграції науки та соціуму	5
<i>Бороденко О. В.</i> «Deutsche schuld» («німецька провина»): символізація культурної травми	7
<i>Фесенко А. М., Чорна В. О.</i> ЗМІ та бізнес: концептуальні лінії залежності	10
<i>Бондарець Б. Б.</i> Фрейдомарксистська концепція соціального характеру: погляд Еріха Фромма	12
<i>Бондарець Б. Б., Серебрич Є. І.</i> Здоровий спосіб життя як соціальна практика сучасної студентської молоді: соціологічний аналіз.....	16
<i>Ляпіна Л. А., Гребеняк Є. О.</i> Роль традиційних і новітніх ЗМК у задоволенні інформаційних потреб молоді	20
<i>Фесенко А. М., Сокол О. А.</i> Кіберспорт і його соціологічне вивчення.....	23
<i>Чорна В. О., Мінковська М. К.</i> Онлайн-шопінг як нова соціокультурна практика	27
<i>Фесенко А. М., Ветрова Є. В.</i> Релігійність населення за сучасних умов	30
<i>Фесенко А. М., Гончаренко Є. А.</i> ЗМІ та процеси соціалізації молоді	33
<i>Фесенко А. М., Назаренко І. В.</i> Україна у світлі соціологічних концепцій модернізації та глобалізації	37
<i>Ляпіна Л. А., Гіро О. Г.</i> Молодіжні субкультури в сучасному світі.....	39
<i>Ляпіна Л. А., Норова Д. Ю.</i> Аналіз концепції С. Хантінгтона «зіткнення цивілізацій»	42

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Редактор *Н. Лебединцева*.
Технічний редактор, комп'ютерна верстка *Н. Кардаш*.

Підп. до друку 28.06.2022.
Формат 60x84¹/₁₆.
Гарнітура «Times New Roman».
Ум. друк. арк. 3,02. Обл.-вид. арк. 2,59.

Видавець і виготовлювач: ЧНУ ім. Петра Могили.
54003, м. Миколаїв, вул. 68 Десанників, 10.
Тел.: 8 (0512) 50-03-32, 8 (0512) 76-55-81, e-mail: rector@chmnu.edu.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.2018.

АДРЕСА ОРГКОМІТЕТУ:

ОЛЬВІЙСЬКИЙ ФОРУМ – 2022:

СТРАТЕГІЇ КРАЇН ПРИЧОРНОМОРЬСЬКОГО РЕГІОНУ
В ГЕОПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ

XVI Міжнародна наукова конференція

Чорноморський національний університет
імені Петра Могили,
вул. 68 Десантників, 10,
м. Миколаїв, 54003, Україна

Тел.: 8 (0512) 50–03–32,

8 (0512) 76–55–81,

8 (0512) 76–55–99,

факс: 50–00–69, 50–03–33,

E-mail: avi@chmnu.edu.ua, rector@chmnu.edu.ua

