

Соціальний захист співробітників передбачає, насамперед, дотримання підприємством вимог Кодексу законів про працю, а також покращення умов праці, стабільність виплати заробітної плати та її гідний рівень, наявність перспектив кар'єрного зростання та підвищення заробітної плати та ін. Під інноваційністю виробництва є через використання передових технологій та досягнень науково-технічного прогресу, раціоналізаторських рішень з метою зменшення витрат на виробництво продукції та підвищення її якості. Екологічність виробництва відображає спрямованість роботи підприємства на збереження природних ресурсів та захист довкілля за допомогою використання екологічно безпечних технологій. Інформаційна відкритість підприємства означає надання вичерпної (в рамках якого діє законодавства) інформації про роботу, продукцію, фінансові показники роботи, плани підприємства на майбутнє тощо. Проблемою роботи компаній на цьому етапі створення ринку є дотримання вимог законодавчої документації. З цієї причини на першому етапі реалізації стратегії збільшення іміджу слід досліджувати її роботу на предмет відповідності вимогам законодавства та застосуванню концепції соціально відповідального маркетингу. Це гарантує, що компанія має довготривалі конкурентні переваги та сприяє її продуктивній роботі у довгостроковій перспективі.

Література:

1. Белявська К.С. Соціальна відповідальність бізнесу: еволюція поглядів на проблему / К.С. Белявська // Вісн. Хмельниц. нац. ун. – 2011. – №1. – С. 228–233.
2. Деркач С. Соціальна відповідальність бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stepanderkach.com.ua/socialnavidpovidalnist-biznesu>
3. Котлер Ф., Н. Лі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. - К.: Стандарт, 2005. – 302 с. 42.
4. Кравчук Л.С. Заробітна плата на сучасному ринку праці України / Л.С.Кравчук, Т.В.Бессчастна // «Вісник Полт. держ. аграр. Академії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/255.pdf>

ДО ПИТАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ

Кльовіна Н. Г. студентка 2-го курсу гр. ГКЗ-3 Навчально-науковий інститут будівельної та цивільної інженерії

Радіонова Л. О. канд. філос. наук, доцент, доцент кафедри філософії і політології

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, Україна*

Сучасна соціологічна традиція умовно розділила міський простір на два рівня: мікрорівень та макрорівень. На мікрорівні людина організовує простір, який можна назвати, скориставшись визначенням Г. Зіммеля як «особисте».

Цей простір є своєрідною «малою охоронною зоною» для людини. Пієтет стосовно «особистого простору» характерний тільки для міського жителя. Як болісно житель мегаполісу сприйме, наприклад, якщо хтось близько до нього притулиться в метро або сяде поруч на лавку в парку. Але міські реалії такі, що повсякденне життя – це зіткнення багатьох «особистих просторів». Як поведеться городянин на якісно новому – макрорівні?

Людина поділяє реальність повсякдення з іншими людьми. Без інших людей не може бути повноцінної соціальної взаємодії. Як підкреслює Л. О. Радіонова, у цьому випадку соціальна взаємодія може бути двох видів: реальне (обличчям – до – особі) та анонімне (за допомогою соціальних ролей-функцій) [1, с. 42-44]. Внаслідок реальної взаємодії відбувається постійний взаємообмін експресивності, має місце безпосередня даність партнера, його дій, атрибутів, а головне – світ збагачується безліччю ознак конкретної людини. Так будується «жива реальність».

На іншому полюсі від «живої реальності» – світ анонімності. Анонімність зростає у міру того, як людина віддаляється від свого партнера. «Безпосередня даність партнера» замінюється його типізацією, абстракцією, позбавленою унікальними властивостями, властивими живій людині.

З різноспрямованих процесів будується міське життя – ближнє коло соціальної взаємодії (ситуація «обличчям – до – обличчя») та периферійне коло (анонімність та типізація). Характер відносин кіл соціальної взаємодії характеризуватиме якість соціального простору: або місто стане сприятливим середовищем для людини, або воно перетвориться, за словами Зіммеля, на «невротика».

Характеристики соціального простору сучасного міста можна виявити, застосовуючи т.зв. контент-аналіз засобів: газет, журналів, телебачення, веб-ресурсів. Контент-аналіз (від англ.: contents – зміст, вміст) – соціологічна методика дослідження, що передбачає аналіз вмісту масивів та продуктів комунікативної кореспонденції. Прикладом такого аналізу може бути те саме повідомлення, але у різних газетах. У одній з них повідомлення є «нейтральним», на другий – виділено шрифтами, доповнено фотографіями, ілюстраціями; воно може розташовуватись на першій смузі. Політичний контент-аналіз (Дж. Б. Мангейм, Р. К. Річ [2]), контент-аналіз медіа-тексту (Б. Берельсон [3]. «Контент-аналіз є об'єктивним, систематичним та кількісним описом явного змісту комунікації») описують соціальний простір сучасного міста.

Отже, контент-аналіз ЗМІ, які є «лакмусовим папірцем» суспільства, характеризують стан соціального простору сучасного міста. Соціолінгвістичний аналіз сучасної газетної риторики дозволяє нам заявляти, що соціальний простір міста має такі особливості:

Гетерогенність. Ця особливість проявляється у наявності неоднорідності міського населення, наприклад, в актуалізації субкультур у суспільстві (молодіжної, кримінальної, професійної тощо. п.).

Динамічність. Соціальна мобільність городян - вертикальна (наприклад, кар'єрне зростання) і горизонтальна (всередині соціальної групи) відрізняється запаморочливою швидкістю.

Розмитість кордонів. ЗМІ приділяють велику увагу маргінальним проявам міського життя. Наразі представники маргінальних груп стають «героями» газетних рубрик або телевізійних програм.

Ці висновки можна зробити, прочитавши заголовки газет чи журналів, подивившись ТБ-передачі. Міста несуть із собою одночасно і різноманітність соціальних форм взаємодії, і соціальну аномію.

Отже, у соціологічній традиції міський простір сприймається як результат взаємодії соціальних груп.

Прикладом наук, що поєднують методології соціальних наук та культурологічного знання, є антропологія, зокрема, соціальна та культурна антропологія. У науковій літературі пропонується розгляд наступної структури – «людина-культура-простір». Соціокультурна парадигма, запропонована антропологічним дискурсом, якнайкраще, дозволяє розглянути міський простір. Даний аспект дозволяє визначити міський простір як феномен, що є результатом не тільки діяльності людини, а й зумовлює її соціокультурну активність.

Механізм наділення природного (природного) простору соціокультурним змістом був докладно розглянутий М. Еліаде на прикладі того, як релігійна людина – homo religiosus – ставить онтологічні координати навколишнього світу. Для носія релігійної свідомості простір є неоднорідною субстанцією – «у ньому багато розривів, розломів; одні частини простору якісно відрізняються від інших» [4, с. 22]. Тобто для такої людини існують простори:

«священне» – місце сильне і значуще. «Це – розрив простору, що дозволяє створити Світ, т. до. він виявляє «точку відліку», центральну вісь будь-якої наступної орієнтації», створюючи у своїй якийсь «Центр Миру»; «неосвячене» – не має структури, ні змісту, аморфна зона.

Подібне членування простору виявляє своєрідну дихотомію – протиставлення Хаосу і Космосу. Якщо, за термінологією М. Еліаде, «Космос» – це «наш світ», то «Хаос» є «чужим... простором, населеним лаврами, демонами, «чужими». Обладнаний та населений простір протистоїть невідомому. У своїй ментальності релігійна людина відчуває, що вона захищена від впливу «чужого» світу всією силою «свого» – гарантованого та освяченого – простору.

У світі ж, позбавленому релігійного підтексту, сприйнятті простір є однорідним та нейтральним. Воно гранично геометричне і його складові якісно ніяк не виділяються. Однак автор застерігається, що подібне світовідчуття у чистому вигляді ніколи не зустрічається. Справді, хоч би якою була «ступінь десакралізації Світу, людина, яка обрала мирський спосіб життя, не здатна повністю позбутися релігійної поведінки». Підсвідомо «мирське існування зберігає у собі сліди релігійних оцінок Миру». Все ж таки виразно існують деякі величини, які дають знати про «неоднорідність простору».

«Якісь особливі місця, якісно відмінні від інших: рідний пейзаж, місце, де народилося перше кохання, вулиця чи квартал першого іноземного міста,

побаченого в юності, зберігають навіть для людини щиро нерелігійної особливу якість – бути «єдиними» [4, с. 25]. Це і є «святі місця» для нерелігійної людини.

Але якщо релігійна людина «Центр Миру» – це один певний топос, то світських багато. Отже, з онтологічного погляду, «справжня орієнтація» зникає. Інакше кажучи, «більше немає «Світу», а є лише уламки зруйнованого Всесвіту, тобто аморфна маса нескінченно великої кількості «місць» більш менш нейтральних, де людина переміщається, рухома життєвими потребами, звичайними для існування в індустріальному суспільстві».

Відповідно до подібних уявлень про простір людина і вибудовує «відносини» зі своїм житлом, містом. Центр міста є найбільш сакральною частиною. Перше, що роблять люди під час заснування міста – це обирають його центр. Щодо центру вибудовується планування майбутнього міста. Сакральність центру закріплюється розміщенням певною спорудою-домінантою – релігійного характеру (храмом, пірамідою), суспільно-політичної чи ділової (будівля міської ратуші, парламенту, урядової резиденції).

У самому центрі Космосу знаходиться так званий *Axis mundi* – «Вісь Світу», «Пуп Всесвіту», навколо якого тягнеться весь населений світ. *Axis mundi* пов'язує собою три Світи: Небо (Світ Богів), Землю («Космос»), нижні області (Антисвіт). Подібна тричленна конструкція та подібний підхід розроблений і дослідниками міських текстів, місто має три рівні: душа, тіло, черево.

Душа («Небо», «Світ Богів»). Це те, що робить місто неповторним, відрізняє його від інших міст. Душа, дух складався протягом століть і багато в чому завдяки літературі, унікальній архітектурі. Літературні образи, стереотипи настільки міцно увійшли до реальності городянина та його гостей міста, що сформували нову реальність. Тіло («Земля»). Міське тіло складається із щоденних практик, соціальних взаємодій городян. Це найбільш динамічна частина соціокультурного простору міста – суспільна сфера життя міста. «Брюхо» («Низ», «Антисвіт»). Частина міста, яка через свою маргінальність, «випадає» з офіційного та публічного життя міста.

Отже, цією методикою – тією чи іншою мірою – дотримуються багато дослідників під час аналізу простору конкретного міста. Дослідники описують як фізичне простір, а соціокультурне – ціннісно значуще.

Література:

1. Радіонова Л. О. Публічний простір як підґрунтя розвитку сучасного міста / Людське співтовариство: актуальні питання наукових досліджень: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпро, 14-15 лютого 2020 року). Дніпро: НО «Відкрите суспільство». 2020. 112 с.
2. Мангейм, Д. Б., Рич Р. К. Политология: методы исследования / пер. с англ. М. : Весь Мир. 1997.
3. Berelson, B. Content Analysis in Communication Research. Glencoe : Free press, 1952. P. 15.
4. Элиаде М. Священное и мирское / пер. с фр. Н. К. Гарбовского. М. : Изд-во МГУ. 1994.