

направлення. Проаналізовано и аргументированно целесообразность использования интерактивных технологий в подготовке студентов специальности «Маркетинг». Оптимальными интеракциями в формировании профессиональной компетентности будущих маркетологов определены организационно-деятельностные игры профессионального направления, тренинги, фокус-группы.

Ключевые слова: маркетологи, профессиональная компетентность, интерактивные технологии.

The article deals with the formation of professional competence in the process of teaching the professional disciplines and foreign languages for specific purposes. The feasibility of using interactive technologies for the training of students of "Marketing" specialty has been analyzed and stated. Professionally oriented organizational-activity games, trainings and focus groups have been discussed as the optimal interactions for the formation of given professional competence.

Key words: marketing, professional competence, interactive technologies.

УДК 316.472.4:004.738.5

НОВА ІДЕНТИЧНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-СПІЛЬНОТ

Афанасьєв Дмитро Миколайович

м. Ужгород

У статті проаналізовано сучасні підходи до розуміння суті протиріччя між мережею та ідентичністю в умовах глобалізації та складності ідентифікації у Інтернет-спільнотах. Автор зосереджується на чинниках процесу ототожнення ідентичності та розрізнення в діяльності Інтернет-спільнот. Також міститься прогноз можливих ризиків формування неідентифікованих та анонімних Інтернет-спільнот.

Ключові слова: соціальна ідентичність, розрізнення, Інтернет-спільнота, «гіперіндивідуальність», «новий колективізм».

Становлення сучасної парадигми розуміння терміна «ідентичність» пов'язане з психоаналізом. Е. Еріксон надає цьому слову іншого звучання, пов'язаного, насамперед, із взаємодією індивіда та суспільства. Символічний інтеракціонізм, феноменологічна соціологія, герменевтика, філософія та соціологія постмодерну вносять нові смислові відтінки у розуміння цього терміна. У концепції нарративної ідентичності П.Рікер відновлює діалектику «idem» та «ipse» як основу діалогічної моделі соціального космосу, в основі якого лежать взаємини Я та Іншого. Втім, сучасні інтерпретації терміна «ідентичність» та його застосування виходять за межі цих двох різновидів: психоаналітичного та постмодерного та потребують більш ретельного аналізу в розрізі нових соціальних утворень, зокрема, Інтернет-спільнот.

Трансформація ідентичності Інтернет-спільнот стає предметом наукової рефлексії. Таким чином, мета статті розкрити суть формування нової ідентичності Інтернет-спільнот. Завдання, які потрібно вирішити: визначити суть протиріччя між мережею та ідентичністю в умовах глобалізації та складності ідентифікації у «віртуальних спільнотах»; з'ясувати чинники процесу ототожнення ідентичності та розрізнення; спрогнозувати ризики формування неідентифікованих та анонімних Інтернет-спільнот.

Аналіз літератури свідчить, що питання ідентичності широко відображені у багатоаспектних соціо-

логічних розвідках. Вони пов'язані, зокрема, з працями Е.Еріксона, І.Гофмана, З.Баумана, Е.Гідденса, С.Хантінгтона, П.Рікера, М.Кастельса, П.Бергера, Т.Лукмана та інших.

Американський соціолог Е. Гідденс вважає, що трансформація ідентичності й глобалізація є двома полюсами діалектичного протистояння локального і глобального в умовах високого модерну.

Він стверджує, що ідентичність у суспільствах пізнього модерну не досягається миттєво й без проблем, а постає як ряд дилем самовизначення, серед яких уніфікація і фрагментація; відсутність можливостей та їх велика чисельність; авторитети або самовизначення в умовах їх відсутності; індивідуальний досвід чи стандартизована поведінка [1]. Суперечливість впливу глобалізації полягає в тому, що з одного боку, процеси фрагментації, розширюють можливості для самореалізації, а відтак і самоідентифікації, але водночас ці можливості обмежуються або взагалі зникають. За відсутності авторитетів і домінування стандартизованої квазіринкової поведінки самовизначення також суттєво утруднюється. Тобто, на глобальному рівні можливості ідентифікації розширюються, а на рівні локальному, з огляду на процеси уніфікації, вони звужуються.

М. Кастельс, один із творців теорії інформаційного суспільства, констатує як доконаний факт зростання дистанції між глобалізацією та ідентичністю, між мережею і "Я" та пов'язує це явище з кризою моделі ідентичності, підґрунтя якої заклали грецькі мислителі майже дві з половиною тисячі років тому. Під ідентичністю він розуміє процес, під час якого соціальний актор пізнає себе й конструює власне поле смислів на основі заданого культурного атрибуту чи їх сукупності. Визначальним протиріччям глобалізації вчений вважає протиріччя між мережею та ідентичністю, між мережею і "Я", а його подолання вбачає у формуванні нової ідентичності. Останнє стане реальністю після подолання кризи локальних ідентичностей, про наявність яких засвідчує підйом націоналізму й релігійного фундаменталізму. Вчений вважає, що сьогодні вектор пошуку ідентичності

спрямовується в минуле, яке при цьому, як правило, міфологізується в колективній пам'яті, попри наявність конфліктів, війн і негативного соціального досвіду та конфліктогенного потенціалу. Вектор спрямованості в майбутнє виявляється, на думку М. Кастельса, не таким привабливим. Це відбувається тому, що в інформаційному суспільстві відсутня модель ідентичності, а саме суспільство мислитель порівнює із джунглями, життя в яких на кожному кроці загрожує численними небезпеками. Але мережеве суспільство породжує рухи спротиву і навіть "рухи проєктної ідентичності", і на деякі з них, насамперед екологічний рух та рух феміністок, він покладає особливі надії. На основі аналізу історії фемінізму М. Кастельс робить висновок, що в процесі боротьби "практичних феміністок" за свої права вони не лише змінюють власне життя та формують нові ідентичності, а й здійснюють "дегендеризацію соціальних інститутів" [2]. Такий висновок досить актуальний, оскільки для більшості зарубіжних вчених не викликає сумніву твердження, що проблематизація ідентичності є результатом ослаблення соціальних інститутів у масовому, індустріальному суспільстві та відсутності в інформаційному суспільстві нового типу інституцій. Можливо в процесі "дегендеризації" інститутів індустріального суспільства виникнуть нові інституціональні форми або відбудеться суттєва трансформація традиційних.

З точки зору соціології, індивідуалізм поступово поступається місцем «новому колективізму» однак вигляд нових соціальних спільнот далекий від ідилії. На думку А.Согомонова «гіперіндивідуаліст» 90-х змушений переглядати своє ставлення до соціальної реальності під тиском мережі нових суспільних інститутів. Знаковим соціальним явищем сучасності стає корпоративність. Корпоративні спільноти відрізняються закритістю та непрозорістю, ієрархічністю і жорсткою дисципліною, агресивністю до зовнішнього світу і груповим егоїзмом. Корпоративна модель організації соціального простору сприймається в сучасному світі «як найбільш адекватний та ефективний механізм соціотворчості» [3]. Все це повною мірою можна віднести до Інтернет-спільнот, багато з яких набувають корпоративних рис.

У роботах, що узагальнюють дослідження мережових процесів, бурхливе зростання числа віртуальних спільнот пов'язується з кризою ідентичності, яка гостро проявилася в період формування глобальних феноменів, із зростанням потреби в побудові нового колективного «Я».

Д.Прігов вважає, що в ЗМІ, політиці та економіці зайняв провідні позиції і домінує в даний час тип людей, який відрізняється не стільки підприємливістю і адаптивністю, скільки прихильністю до ідеології цинізму «як виграшної стратегії». На його думку реальною альтернативою цьому для багатьох людей, що прагнуть до соціальної активності є включення в діяльність «невеликих спільнот однодумців, об'єднаних в рефлексивно-референтні групи» [4].

Відповідь на питання як формується смисловий простір комунікацій всередині спільноти дає аналіз ідеологічних полів С.Жижєка. Ідеологічний простір Інтернет-спільнот ми можемо розглядати як простір заповнене вільними «плаваючими означеннями» - поняттями що не несуть ідеологічного значення, але

здатними його отримати «причепившись» до поля того чи іншого ключового поняття, яке формує смислові ланцюжки і задає ідентичність ідеологічного поля.

С.Жижєк переконливо доводить, що в просторі сучасних комунікацій смислова, ідеологічна ідентифікація членів того чи іншого співтовариства не може бути визначена на всі часи і ситуації. «Зрештою єдиним способом визначити «демократію» є визнання того, що цим поняттям охоплюються всі громадські рухи та організації, які отримуючи легітимізацію називають себе демократичними. Іншими словами, єдиним можливим визначенням ідентичності того чи іншого об'єкта буде те, що це саме той об'єкт, який пов'язаний з одним і тим же означає. Саме означає і конститує ідентичність об'єкта» [5].

Парадокс полягає в тому, що саме ключове поняття є не сенсоутворювальним елементом ідеології, а знаком, який її розрізняє та дозволяє позиціонуватися. Таким чином розрізнення сприймається як ідентичність.

Яким чином відбувається процес ідентифікації в комунікаційних спільнотах? Яким чином смисловий код «захоплює» невизначені інтенції і структурує їх? С.Жижєк показує що відповідь на це питання дають соціально-психологічні механізми ідентифікації, які виходять з графа бажання, описаного Ж. Лаканом.

По-перше, слід зазначити ретроактивності ефект - панівне означення («жорстка десігнаторама») пристібає «вільно плаваючі» означення і ретроактивно надають їм не тільки зміст, але й ілюзію його наявності до комунікації. «Точка прищепки фіксує значення попередніх елементів, ретроактивно підпорядковує їх тому чи іншому коду, впорядковує їх відносини згідно даному коду. Ретроактивний ефект полягає в тому, що щось сприймається як існуюче перед початком».

По-друге, важливо розрізнити символічну і уявну ідентифікації. Уявна ідентифікація це ідентифікація з образом того, якими б ми хотіли бути, причому, як підкреслює С. Жижєк, іноді цей образ привабливий своїми недоліками. Символічна ідентифікація - «це ідентифікація з самим місцем звідки при погляді на самих себе ми здаємося собі привабливими, гідними любові». Уявна ідентифікація завжди підпорядкована символічній - тій точці з якої на нас дивиться Інший.

По-третє важливо розуміти що «по ту сторону ідентифікації» зберігається питання - Чого ти хочеш насправді? С.Жижєк трактує його як невротичну нездатність прийняти символічну ідентифікацію. Ідеологеми, які скріплюють спільноти є не просто монтажем «вільно плаваючих» означень, але завжди структурують енергетику мотиваційної сфери, одночасно приховуючи витіснені бажання.

Складності прийняття символічної ідентифікації підсилює екстерналізацію суб'єктивних значень в комунікаціях Інтернет-спільнот. Це впливає з відомого судження П.Бергера і Т.Лукмана щодо рівноваги в процесі самоідентифікації людини: "Людина сприймає себе як істота, що не ідентичне своєму тілу, а, навпаки, має це тіло в своєму розпорядженні. Іншими словами, сприйняття людиною самого себе завжди коливається між тим, що він є тілом і володіє їм, і рівновага між ними потрібно знову і знову відновлювати. Ця ексцентричність сприйняття людиною свого

тіла має певні наслідки для аналізу людської діяльності як поведінки в матеріальній довкіллі і як екстерналізації суб'єктивних значень. Для адекватного розуміння будь-якого людського феномена слід приймати в розрахунок обидва ці аспекти на тій підставі, що коріння їх у фундаментальних антропологічних фактах" [6, с.22]

Крім проблеми реальної соціальної ідентичності, існує проблема ідентичності соціетальної. Особливо очевидні зміни стратегій ідентичності сучасної людини у зв'язку її потраплянням в «глобальну мережу світової павутини». Говорячи про процеси глобалізації, абсолютно неможливо ігнорувати Інтернет. Спочатку Світова Мережа обростала міфологією елітарності, «просунутості», і, відповідно, дивності, невключення в діючі правила тощо. Сюжети інтернетівського професійного фольклору відображають початкову опозицію «інституціоналізація - свобода». Тут ми виявляємо елітарну за своїм походженням «глобальну» ідею виробництва знання як засобу оволодіння світом, ту саму, яка стала важелем зміни моделі соціальної ідентичності середнього класу.

В умовах тотальності комунікації Інтернет стає полігоном випробування соціальної та соціетальної ідентичності. Інтернет - чисте поле віртуальних можливостей, в якому людина з азартом і задоволенням «приміряє» на себе можливі ідентичності. Анонімність простору дозволяє безкарно пограти зі своїм образом і зміна статі - одна з найчастіших ігор. Спілкування в Мережі оперує символами сексуальності, стійкими стереотипами, сформованими соціокультурним досвідом. Характеристики мужності і жіночності складаються із соціальних стереотипів: помилкова ідентичність потурає очікуванням, тому, якщо я хочу представити себе жінкою-вампом, я повинна червоним написати свій «нік», а якщо збираюся приміряти чоловічу личину - забути про грамотність. Усі символи у віртуальному просторі інтерпретуються гротескно [7, С.8]. Уточнення зовнішності - символічний дискурс, обмін образів фемінності / маскулітності. Розумна дівчина не може бути красивою, зате помірність і пасивність - прекрасні риси ідеальної жіночності.

Чоловік повинен бути професійно підготовлений, і при цьому не звертати уваги на дрібниці, на зразок орфографічних помилок. Причому в символічний дискурс входять далеко не всі характеристики. Працює метод бріколлажа, ідентичність складається шляхом послідовних позитивних і негативних виборів (як у двійковій системі - так-ні) тих чи інших ідентифікацій, які людина запозичує з реального життя в дещо віртуалізованій формі.

Міфологічна ідентичність віртуальної особистості складається з підручного набору уявлень про себе. Цей набір типу «зроби сам» є інтерактивним

- стереотипне уявлення ситуативно затребується в анонімному просторі. Тому воно, з одного боку, має бути «готово», тобто має бути продуктом осмисленого індивідуального досвіду, а з іншого - спонтанно, оскільки викликано вільним спілкуванням. Віртуальна реальність це пусте в сенсі існування приписаних очікувань місце, де ці очікування, проте, виявляються через презентації користувачів. Це поле чистого експерименту зі структурами соціальної уяви, калькованими стереотипи соціокультурної реальності. Тому саме вивчаючи глобальну мережу Інтернет можливо простежити ті форми і параметри ідентичності, які залишаються незмінними в достатку багатонаціональних та інтеркультурних дискурсів. Імовірність того, що ці параметри збережуться як базові у формуванні нового типу «глобальної ідентичності» вельми висока. Це стосується як особистої, так і соціальної ідентичності. І якщо Мережа дозволяє успішно маскувати особисту ідентичність, то соціальна залишається досить стабільною, оскільки тут складніше інтерактивно відповідати очікуваним стереотипним уявленням, по-перше, і, по-друге, оскільки саме Інтернет дозволяє складатися простору спілкування професіоналів. Дослідження полів спілкування в Мережі на предмет параметрів соціальної ідентичності показує, що стабільними на даний момент виявляються ті параметри, які є показниками зміни середнього класу.

Головний ризик розчинення соціальної ідентичності в Інтернеті пов'язаний із додатковими можливостями стирання меж між законністю та злочинністю. Завдяки втратам традиційних механізмів соціальної ідентичності в Інтернеті успішно формуються спільноти терористів, суїцидників, тролів, чорних піарщиків та Інтернет шахраїв. Досі державна влада жодної країни не виробила ефективних механізмів протидії новітньому явищу – кібервійні [8]. В цьому ключі слід сказати, що саме поняття закону стає віртуальним, нечітким, а його дотримання або недотримання носить суб'єктивний, зазвичай, філософський характер.

Таким чином, можна зробити висновок, що в епоху глобалізації соціальна ідентичність починає визначати себе в міфологемах часу і свободи, індивідуалізму, знання і мобільності, що відповідає картині глобального світу. Траєкторія трансформації нових ідентичностей в умовах Інтернет-спільнот спрямована в бік формування соціетальної ідентичності. Стрімко відбувається рух як від «гіперіндивідуального» до «нового колективізму», так й у протилежному напрямку, від соціальної ідентичності до анонімних соціальних спільнот. Зростають ризики трансформації уявлення межі між законністю та злочинністю, що вимагає реформу пенітенціарної системи під нові вимоги часу.

Література та джерела

1. Giddens A. Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age. – Stanford. California, 1991. – 245 p.
2. Кастельс М. Информационная эпоха, общество и культура/ Мануэль Кастельс; пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкаратана. - М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 606с.
3. Согомонов А. Корпорации вместо сообществ? Фундаментализм вместо терпимости! // Художественный журнал. – №41, – 2002, – С.16 – 22
4. Пригов Д. Хочется быть понятым правильно // Художественный журнал. – №41, – 2002, – С.6 – 10
5. Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М.: ХЖ, 1999. –236 с.
6. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. - М.: "Медиум", 1995. - 323 с.

7. Конева А.В. Социальная идентичность в эпоху глобализации // Studia Culturae. Выпуск 7. - СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2005. - С. 25-34. http://www.spbric.org/PDF/kon_sotsident.pdf
8. Булгак П. Кібервійна та Євромайдан: репетиція 2015 / Павло Булгак // Українська правда. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pravda.com.ua/articles/2013/11/27/7003178/>

В статті проаналізовані сучасні підходи к розумінню суті протиріччя між мережею та ідентичністю в умовах глобалізації та складності ідентифікації в Інтернет-сообществах. Автор концентрує свою увагу на факторах процесу отождествлення ідентичності та розмежування в діяльності Інтернет-сообществ. Також міститься прогноз вірогідних ризиків формування неідентифіцираних та анонімних Інтернет-сообществ.

Ключові слова: соціальна ідентичність, розмежування, Інтернет-сообщество, «гіперіндивідуальність», «новий колективізм».

This article describes current approaches to the understanding of contradictions between the network and identity in the context of globalization and complexity of identification in online communities. The author focuses attention on the process of identifying factors of identity and distinction in the activities of online communities. Also the article contains a forecast of possible risk of formation of unidentified and anonymous online communities.

Key words: social identity, distinction, online community, "hiperindividuality", "new collectivism."

УДК 378:371.134:364.62 (73)

TO THE ISSUE OF SOCIAL WORKERS TRAINING IN THE USA

Bartosh Olena Pavlivna

Uzhgorod

У статті розглядаються питання підготовки фахівців соціальної роботи різних рівнів у США. Дана характеристика основних етапів розвитку соціальної освіти в США (бакалаврських та магістерських програм). У США акредитуючим органом в сфері освіти соціальної роботи є Рада з питань освіти в соціальній роботі (CSWE). На сьогодні в США пропонується 367 програм підготовки бакалавра соціальної роботи, приблизно 102 школи соціальної роботи надають ступінь магістра соціальної роботи. Дослідження, проведене у 1991 році, показало, що в США 39% соціальних працівників працює в державному секторі, 29% працює в приватному секторі, 37% – в неприбутковому секторі.

Ключові слова: акредитація, рада з питань освіти в сфері соціальної роботи, асоціація шкіл соціальної роботи, волонтери, фахівець соціальної роботи, професійна підготовка фахівців соціальної роботи.

In the 90s of the twentieth century there has appeared the necessity to establish Social Work in Ukraine, the main objective of which is to regulate the legal, economic relations of an individual and society, to provide each person with the help and support, solving different social problems as well as effective social protection of every member of a society.

Professional social work is one of the main ways to respond to the new society social situation, its problems, opportunities. However this is one of the most important and complex tools of social control.

Professional training of social work specialists began in Ukraine only in the mid of the 90s of the XIX century and was associated with considerable difficulties conditioned with both the lack of practical experience in this sphere and significant research, theoretical developments on the current social work issues and

training of specialists for social services. The works of such home scientists as V.Vasylyev, I.Zvyeryeva, A.Kapska, I.Kozubovska, H.Laktionova, I.Myhovych, L.Mischyk, V.Polischuk, H.Popovych, V.Sydorov, N.Sobchak etc. research theoretical and methodological foundations of social work and some aspects of training of social workers and social pedagogues in Ukraine and abroad.

The issue of professional training of social workers in Ukraine is not enough researched unlike in many other countries (e.g. in the U.S.A, UK, Germany, etc.), where social services are well developed and original systems of professional social workers training at different levels are established. With the establishment of social education system in Ukraine, that meets the needs of society and international standards of training, the study and use of international experience of social education acquires special importance. Foreign experience bears the considerable interest for Ukraine, especially of those countries, where social work and social education have a long history and rich traditions. Great Britain and the USA are the countries with significant experience in training of social workers (professional training for social started here in the 90s of the XIX century).

Thus, the topicality of the problem lies in the possibility of creative use of foreign (the U.S.A) experience in the training of home social workers. The object of the study is the social system of higher education in the United States. The subject of research is: the basic stages, the content and forms of training of social work specialists in the higher American educational institutions.

At the end of the XIXth and beginning of the XXth century in many European countries (Great Britain, Germany, the Netherlands, Sweden, France etc) and in the USA, Canada social work emerged as a particular type of professional activity that was developing alongside with