

матеріальну та інформаційну підтримку у межах наявних на сьогодні можливостей, із наступним поверненням до нормальних умов життєдіяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балакірева О.М. Науковий аналіз і доказове обґрунтування – успіх стратегій розвитку таконкретних дій / О.М. Балакірева // Укр. соціум. – 2014. – № 3 (50). – С. 7–9.
2. Войналович І.А. Вимушені переселенці: зарубіжний досвід, стан і реалізація їх прав в Україні [Електронний ресурс] / І.А. Войналович, М.О. Кримова, Л.В. Щетініна // Інституційний репозитарій КНЕУ. – Режим доступу : <http://www.ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/5981/1/250-258.pdf>
3. Воронкова В.Г. «Общество риска» как следствие кризиса современной цивилизации в глобальном измерении / В.Г. Воронкова // Гуманітар. вісн. ЗДІА. – 2014. – № 58. – С. 13–24.
4. Beck U. World at risk / U. Beck. – Cambridge, UK : Polity, 2009. – 236p.
5. Законом України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>.
6. Корель Л. В. Социология адаптации: вопросы теории, методологии и методики / Л. В. Корель. – Новосибирск: Наука, 2005. – 318 с.
7. Макаров О.В. Соціальна політика в Україні : моногр. / О.В. Макарова ; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України. – К., 2015. – 244 с.
8. Лібанова Е. Вимушені переселенці: вчора, сьогодні, завтра [Електронний ресурс] / Е. Лібанова // «Дзеркало тижня. Україна» №27, 8 серпня 2014. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/internal/vimusheni-pereselenci-vchora-sogodni-zavtra_.html
9. Недюха М. Україна в контексті соціології ризику [Електронний ресурс] / М. Недюха. – Режим доступу : <http://ualogos.kiev.ua>.
10. Оцінка потреб внутрішньо переміщених осіб в Україні та послуг для них [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lhsi.org.ua/images/2015/Doslidzhennya_VPO_LHSI2015.pdf.

Щербина Віктор Миколайович – доктор соціологічних наук, професор, заступник директора з наукової роботи Інституту культурології Національної академії мистецтв України

УДК 005.7; 316.7

КУЛЬТУРОТВОРЧІ ПРОЦЕСИ СУЧАСНОСТІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА

У статті розглядається проблема формування методології культурологічного дослідження феномену організаційної культури в контексті дослідження сучасних процесів культуротворення. На основі описання та систематизації основних теоретичних підходів до вивчення організаційної культури сучасного підприємства автор робить висновок щодо перспектив синтезування соціологічних концепцій організаційної культури в предметному просторі культурології.

Ключові слова: організаційна культура, культурологічний дискурс, концептуалізація, соціологія організацій, норми, цінності.

КУЛЬТУРОТВОРЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

В статье рассматривается проблема формирования методологии культурологического исследования феномена организационной культуры в контексте исследования современных процессов развития культуры. На основе описания и систематизации основных теоретических подходов к изучению организационной культуры

современного предприятия автор делает вывод относительно перспектив синтеза социологических концепций организационной культуры в предметном поле культурологии.

Ключевые слова: организационная культура, культурологический дискурс, концептуализация, социология организаций, нормы, ценности.

CONTEMPORARY PROCESSES OF CULTURAL DEVELOPMENT AND ORGANIZATIONAL CULTURE

The problem of formation of the methodology of cultural studies of the phenomenon of organizational culture in the context of the study of contemporary processes of cultural development. Based on the description and systematization of the main theoretical approaches to the study of the organizational culture of the modern enterprise author concludes about the prospects for the synthesis of sociological concepts of organizational culture in the subject field of cultural studies.

Keywords: *organizational culture, cultural discourse, conceptualization, sociology of organizations, norms, values.*

Актуальність. Культурологія досліджує процеси розвитку норм та цінностей, на основі яких формується взаємодія людей. Традиційно значної уваги надається процесам культуротворення, що мають місце у мистецтві, науці, освіті, дозвіллі, функціонуванні засобів масової інформації, дозвіллі. Інші сфери суспільного життя – наприклад, військова сфера, економіка, політика розглядаються більшою мірою як такі, де норми та цінності функціонують, але не виробляються. На нашу думку, це є своєрідним проявом парадигми вульгарного економічного детермінізму, яка була притаманна гуманітарним наукам ХХ ст. внаслідок ідеологічно викривленого прочитання концепції історичного матеріалізму Карла Маркса. В той же час за умов сучасності економічні процеси все більшою мірою розглядаються і пояснюються як такі, що мають власну культурну обумовленість. Інакше кажучи, культурологічна евристична платформа поступово розширюється в процесі змін, які відбуваються з сучасними суспільствами. Варто пригадати, що за останні десятиліття жодної нобелівської премії з економіки не було присуджено за «чисто» економічні концепції – усі вони побудовані в рамках парадигми соціокультурної обумовленості економічних процесів. З іншого боку можна констатувати недостатню розвинутість досліджень впливу змін характеру економічного життя суспільства на його культуру в цілому. Економіка недостатньою мірою розглядається як культура. Українське суспільство живе в умовах ринку, апелюючи у гуманітарному дискурсі часто до цінностей та норм неринкового характеру, базуючись на комунітаристському розумінні економічної поведінки людей і це створює концептуальний дисонанс. В умовах такого дисонансу складно оцінювати та виробляти концепції соціальної відповідальності бізнесу та вплив організаційної культури (а, вірніше, культур) на суспільство в цілому – адже бізнес являє собою важливий суб'єкт соціальних відносин. Тому розуміння соціального, культурологічного змісту організаційної культури є необхідним для подолання дисонансу у процесах концептуалізації сучасного суспільного життя України, створення перспектив її гуманітарного розвитку. Для цього необхідно створити ґрунтовну теоретичне бачення розвитку організаційної культури як певної складової культури, а не лише інструменту менеджменту. Відтак актуальність статті полягає у тому, що в умовах сучасної України, з її значним промисловим потенціалом, дуже важливо проаналізувати основні параметри організаційної культури останньої чверті ХХ ст., виявити її основні риси та тенденції, встановити її місце в процесі реформування як суспільства загалом, так і соціальних відносин на конкретному типі промислових підприємств.

Незважаючи на наявність значної кількості робіт вітчизняних соціологів, економістів, юристів та психологів, присвячених питанням як соціального розвитку промислових підприємств у радянський період, так і культурного життя того часу, проблематика розвитку організаційної культури залишалася значною мірою поза полем зору дослідників. Склалась тенденція, відповідно до якої, на соціальні за своєю сутністю проблеми, науковці дивилися як

на суто, спочатку морально-виховні, згодом - як на управлінські, економічні, або юридичні, та, зрештою, як на політичні. Значною мірою, на нашу думку, це відбувалося ще й тому, що культурологія в процесі соціальних трансформацій останніх двох десятиліть не пропонувала власного узагальнюючого, синтезуючого бачення подібного типу проблем.

Об'єктом, що розглядається у статті є процес формування нової організаційної культури на українських підприємствах

Предметом є формування теоретичних підходів, які можуть бути використані в рамках змін соціологічного та культурологічного дискурсів щодо концептуалізації сучасних культуротворчих процесів.

Основний зміст.

Ідея організаційної культури є однією з яскравих ідей менеджменту, що вплинула на діяльність людства. В 70-х роках в світові теорії організації на зміну раціоналістичному підходу в управлінні прийшла концепція «поведінкового підходу», яка орієнтована на людину з її потребами, можливостями, на пошук шляхів використання її творчого потенціалу. Організаційна культура як соціокультурний феномен стала предметом досліджень наприкінці 70-х років, коли Захід зіткнувся з так званим «японським викликом» [1, с. 59]. До кінця 80-х років проблема організаційної культури стала однією з головних в питаннях управління організаціями в США та Західній Європі. Це пов'язано, перш за все, з появою на міжнародному ринку сильного конкурента в галузі наукоємної продукції: телекомунікацій, інформаційних технологій, електроніки, автомобілебудуванні і т.д. – японських фірм.

Окрім об'єктивних причин, висока цікавість до організаційної культури в США і Західній Європі була викликана просуванням ідеї підвищення ефективності діяльності організацій за рахунок створення етичних цінностей, ідеології управління, яка об'єднує колектив, гуманізації економіки.

Таким чином, до початку нового століття організаційна культура стала самостійним об'єктом дослідження західних вчених, і її роль оцінювалась доволі високо у функціонуванні організації.

Організаційну культуру досліджували такі вчені, як Мільнер Б., Лютенс Ф., Шейн Е., Холл Р., Хемптон Д., Вейл П., Ньюстром Д., Девіс К., Харріс Ф., Моран Р., Мескконг М., Джакус Е., Співак В. [2, с. 18-25].

Дослідження трудових відношень в тогочасній радянській літературі у певній мірі торкались організаційної культури. На підприємствах приділялась увага таким аспектам організаційної культури як колективізму, відповідальності. Прикладами формування організаційної культури можна назвати соціалістичне змагання, боротьбу за перехідний червоний стяг, перевиконання плану – річного, п'ятирічного; дошки пошани, загальне святкування свят. Все це об'єднувало колектив, формувало специфічний імідж і репутацію організації в суспільстві. Проте, в силу однорідності радянських підприємств, великих відмінностей в організаційних культурах не спостерігалось.

Дослідження в галузі вивчення організаційної культури (зокрема, в межах індустріальної (промислової) соціології, а згодом – соціології організацій) також мають багату передісторію у вітчизняній соціології. Так, дотичні проблеми розвитку трудових колективів ще у першій половині минулого століття досліджували Ф. Дунаєвський та М. Вітке. Серед сучасників у соціологічній площині ці проблеми розглядались в контексті формування такої теорії середнього рівня, як соціологія організацій і управління, а також у економічній соціології. Роботи М. Алдохіна, В. Пилипенко, В. Полторака, Г. Дворецької, Р. Махнорилова, Н. Зуборевої, М. Туленкова, Г. Щокіна, Л. Швидкої, В. Матвієнко, М. Сіроштана, О. Скідіна, Я. Слабко, М. Лукашевича, Ж. Малахової, М. Пірен, Л. Димитрової утворили соціологічне бачення цієї проблематики. Відтак сформувалася категорія «*Організаційна культура*, яку визначають наступним чином: «специфічне поєднання цінностей, відносин, норм, звичок, традицій, форм поведінки і ритуалів, які існують в організації. В межах теорії менеджменту, організаційна культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати всі підрозділи організації і

окремих осіб на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації поліпшувати процес комунікації. ... Предметом соціологічного дослідження можуть бути як окремі культурні цінності організації, так і механізми соціальної взаємодії між культурними цінностями в різних організаціях та ін.» [3, с. 273]

Таким чином у соціології організаційна культура розглядається як комплекс досліджень, спрямованих на розкриття природи соціальної поведінки робітників підприємства. Наукові методи розкриття соціуму на підприємстві, критерії угруповання соціально-професійних утворень, принципи аналізу можливостей організаційної культури в системі управління дозволяють визначити організаційну культуру як цілісне знання, об'єкт дослідження і управління.

Практика суспільних змін, технологічних та соціальних інновацій потребує постійного розвитку знання в галузі організаційної культури, в той же час сам дискурс як такий сформувався, однак його структурування у теоретичній площині ще не відбулося, що і є невирішеною проблемою, яка потребує узагальнення, що може відбутися у рамках соціологічного та культурологічного дискурсів.

Відомо, що термін «культура» походить від латинського «cultura», тобто обробка, виховання, освіта, розвиток. Організаційна культура тісно пов'язана з такими поняттями, як корпоративна культура, ділова етика, філософія бізнесу, організаційна поведінка. Термін «корпоративна культура» виник в США, коли дослідники почали вивчати параметри діяльності американських корпорацій, які роблять їх успішними і процвітаючими. Деякі вчені розуміють корпоративну культуру як безпосередньо культуру корпорації.

В той же час, в сучасній економічній теорії виникло нове розуміння корпорації як об'єднання, співтовариства у всіх формах організації бізнесу (підприємство, фірма, компанія) з певними нормами, принципами, положенням в суспільстві і специфічними цілями і інтересами [4, с. 11], що вже виходить за межі предметної галузі економічних наук, потребує залучення соціологічного знання.

Багато фахівців вважають, що поняття «організації» є більш ємним, оскільки включає не тільки комерційні організації, що здійснюють підприємницьку діяльність, але і різні некомерційні організації. У зв'язку з тим, що культура властива будь-яким організаціям, а її зміст, функції, механізм формування є універсальним, багато вітчизняних і зарубіжних учених вважають, що термін «організаційна культура» є більш загальним, таким, що включає і корпоративну культуру.

Одна з головних причин існуючого плюралізму в поглядах на корпоративну культуру полягає в тому, що різні учені, говорячи про культуру, мають на увазі різні її аспекти. Тому, безглуздо сперечатися про те, який з підходів є єдино правильним. Адже у культури немає якоїсь універсальної "формули", яку потрібно "відкрити". Кожен погляд має право на існування і залежить від того, що конкретно цікавить того або іншого дослідника. Проте, якщо класична теорія менеджменту під терміном організація розуміє перш за все ділову організацію (корпорацію), то стосовно сфери бізнесу організаційна культура отримала і своє друге, вельми поширене, назва - "корпоративна культура".

Організаційна культура відображає систему цінностей і цільових установок, які розділяються більшістю членів організації. Організаційна культура виявляється у всіх елементах внутрішнього середовища організації, вона сприяє підвищенню конкурентоздатності організації. Вона визначає відносини між людьми в організації, є критерієм взаємодії внутрішніх компонентів організаційної системи, здійснює вплив на відношення співробітників до організації, до процесу праці.

В сучасній літературі існує досить багато визначень поняття «організаційної культури», в контексті яких застосовують також поняття «корпоративна культура» Зокрема, в працях У. Оучі, Р. Рютінгера використовується поняття «корпоративна культура», під яким розуміють союз всіх членів організації, «корпоративний дух», спільну філософію [5, с. 11]. Сучасні автори [6, с. 16] під корпоративною культурою розуміють суміш різних типів організаційних культур і, таким чином, «організації являють собою полікультурні утворення»

[7, с. 97].

Часто названі поняття чітко не розмежовуються, а використовуються як синоніми, хоч саме існування таких визначень означає розрізнення феноменології, яка стоїть за кожним з них, а саме: а) організація – це система свідомо координованої діяльності двох і більше людей на основі спільної мети, інтересів, форм діяльності тощо;

б) корпорація (від латинського *corporatio*) означає договірні об'єднання організацій на основі налагодження горизонтальних вузькогалузевих зв'язків, поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів із централізованим регулюванням, координацією діяльності кожного з учасників та субординацією їх взаємодії [8, с. 457]. При цьому стратегія і тактика, вид діяльності, мета та способи її досягнення у цих організацій можуть відрізнятися, мати різні напрямки і перетинатися тільки у вузькому аспекті – взаємодія на ринку. Організації, об'єднані в корпорацію, та корпоративний орган управління не втручаються у стратегічні, тактичні і фінансові плани одне одного – їх об'єднує тільки ринковий інтерес.

На нашу думку, корпоративна культура і організаційна культура – це діалектично близькі, але не тотожні явища. Корпоративною культурою ми вважаємо ключову філософію та ідеологію об'єднаних в корпорацію організацій, яка поєднала у собі організаційні культури своїх підрозділів і має певний вплив на зовнішнє політичне, економічне, соціально-культурне середовище.

Варто відзначити, що дослідження в галузі культури організації мають досить тривалу історію. Саме поняття “культура” має множинну інтерпретацію. Найбільш поширеними є два тлумачення. Перше інтерпретує поняття “культура” у відповідності зі структурно-функціональними традиціями як систему взірців, норм, дозволених членами спільноти, і ролей, які відповідають певним верховним цінностям. Культура розглядається як одна з підсистем, що виконує функції адаптації індивіда, групи людей, колективу, організації до суспільства, навколишнього середовища та їх ідентифікації. Це найважливіша підсистема, що виконує цементуючу роль для всіх інших підсистем суспільства, організації [9, с. 117]. Друге тлумачення культури ґрунтується на антропологічному підході, в якому це поняття розглядається як структурований спосіб мислення, відчуттів і реакції групи людей, який, головним чином, сприймається й передається засобами символів, котрі являють собою специфічну ідентичність. Культура включає конкретні об'єкти, створені групою. Серцевину культури становлять традиції, ідеї та цінності, створені культурою. В контексті цього підходу дослідники виділяють основні елементи культури: поняття, відношення, цінності, правила і стандарти [10, с. 9].

Існують різні точки зору на сутність і зміст організаційної культури.

Визначення організаційної культури можна розділити на три групи: визначення-характеристики діяльності організації і її членів; визначення, що містять перерахування елементів організаційної культури; визначення, що трактують організаційну культуру як цілісну категорію. Принциповим є те, що організаційна культура повинна бути сприйнята всіма членами організації. Більшість авторів згадують як компонент організаційної культури цінності організації. Тому можна стверджувати, що цінності є центральною складовою організаційної культури.

Так, організаційної культури як характеристики діяльності організації і її членів надають такі дослідники, як Д. Олдхем, Е. Шейн, Б. З. Мільнер, К. Сил і Дмартін Р. Холл [11, с. 54].

Вони відносять до змісту цього поняття: методи виконання роботи і те, як поводяться з людьми в цій організації; колективні базові уявлення, що формуються групою в процесі зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції (культура і лідерство є, з цієї точки зору, двома сторонами однієї монети, культури породжуються лідерами, що нав'язують групі свої власні цінності і уявлення); уявлення і підходи до постановки справи, форми відносин до досягнення результатів діяльності; цінності організації (ядро культури) визначають філософію, місію організації; мова, історії, легенди, ритуали, церемонії, зовнішній вигляд, одяг і ін. (форми культури), які передають цінності, для підтримки культури формуються

правила найму працівників, тренінги, програми навчання, планування кар'єри і т.д; положення, поняття і цінності, які створюють опору для дії.

До другого типу можна віднести визначення, що надають Д. Гемптон, Д. Гібсон, Д. Іванцевич, Р. Дафт, Д. Ньюстром і К. Девіс, Ф. Лютенс, В. Шихирев. [12, с. 35-39]

Ці дослідники відносять до змісту поняття «організаційна культура» наступне: поняття, знання, цінності, матеріальні предмети, формальні закони і неформальні звичаї; визнані цінності, переконання, норми і форми поведінки в організації; набір базових цінностей, переконань, негласних угод і норм, що розділяються всіма членами суспільства або організації; філософія (прийняті в організації відносини співробітників між собою, відносини до клієнтів), організаційний клімат.

До третього типу визначень організаційної культури можна віднести надані В. А. Співаком, Р. Гріффіном, П. Вейллом, Ф. Харрісом, і Р. Мораном, Д. Елдріджем і А. Кромбі [13].

Вони характеризують корпоративну культуру як систему матеріальних і духовних цінностей, проявів, які властиві даній корпорації, відображають її індивідуальність; набір цінностей організації, які допомагають її членам зрозуміти, для чого була заснована організація, як вона працює, і що для неї важливе; систему відносин, дій, артефактів, яка витримує випробування часом і формує у членів даного культурного суспільства досить унікальну загальну для них психологію. З цієї точки зору організаційна культура постає як усвідомлення працівниками себе і свого місця в організації; способи і мова спілкування в організації; зовнішній вигляд працівників, їх поведінка, вірування; організація навчання і розвитку; відношення до часу; характер відносин між людьми різного рангу, інтелекту, досвіду; цінності організації, трудова етика і мотивація, а також унікальна сукупність норм, цінностей, переконань, зразків поведінки, які визначають спосіб об'єднання груп і окремих осіб в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей.

Найбільш загальні визначення організаційної культури надають М. Меськонг та Е. Джакус [14, с. 33-35], що трактують організаційну культуру як цілісну категорію - атмосферу або соціальний клімат в організації, образ мислення і спосіб дії, які повинні бути засвоєні і хоч би частково прийняті новачками, щоб нові члени колективу стали "своїми".

Організаційну культуру доцільно також розглядати з використанням категорії «економічна культура», до позначає історично визначений рівень розвитку засобів виробництва та здатностей людини, який знаходить свій вираз у формах цивілізаційної поведінки та ефективної діяльності. На рівні підприємства це «м'який» чинник виробництва, на відміну від «жорстких» - пов'язаних з кліматом, землею, обладнанням. Значущість цього чинника оцінюється економістами у 25-30%.

Висновки. Можна констатувати, що організаційна культура є своєрідним продуктом загальної культури, що функціонує в межах певного соціального інституту, яким виступає організація (в нашому випадку виробнича). Відтак специфічні риси аналізованої організації у повній мірі відбиватимуться на рисах організаційної культури, що зумовлює необхідність зосередити аналіз культури з урахуванням специфічних рис конкретної організації.

Не дивлячись на очевидну різноманітність визначень і тлумачень терміну «організаційна культура», всі автори виділяють ціннісно-орієнтуючий зміст і нормативну функцію організаційної культури. Тому в наведених підходах можна виділити загальні елементи змісту поняття «організаційна культура»: характеризується системою цінностей і норм; впроваджена система цінностей визначає «успішні моделі» поведінки самої організації і її членів у внутрішньому і зовнішньому середовищі; сприймається більшістю членів колективу; існують певні елементи символіки, за допомогою яких виявляється і передається культура організації (міфи, легенди, історії, розповіді і т.д.); відображаючи національні, географічні і історичні особливості, може бути різною для окремих підрозділів і філіалів однієї корпорації або холдингу; складно піддається управлінській дії, формується під впливом соціально-психологічних особливостей співробітників організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Изотов А. Н. Япония: концепция выхода в лидеры. – М.: Экономика, 1991. – 218 с.
2. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. - СПб.: Питер, 2001. - 352с.
3. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В. І. Волович, В. І. Тарасенко, М. В. Захарченко та ін.; під заг. Ед. В. І. Воловича. – К.: Укр. Центр духовн. Культури, 1998. – 736 с.
4. Красовский Ю.Д. Организационное поведение.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.-511 с.
5. Оучи В. Теория “Z”. Методы организации производства. Японский и американский подходы: Пер. с англ.- М.: Экономика, 1984. - 183 с
6. Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: Руководство для высшего управленческого персонала: Опыт лучших промышленных фирм США, Японии и стран Западной Европы М.: МНИИПУ, 1996.- 752 с.
7. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.- 423с.
8. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ Уклад. і голов. ред. В. Г. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТ “Перун”, 2001. – 1440 с.
9. Маркарян Э. С. Локальные особенности культуры и экологическая адаптация – Вестник АН СССР.- 1981.- №1.- 230 с.
10. Головки Б. А. Філософська антропологія: Навч. Посібник – К.: ІЗМН, 1997, 240с.
11. Мильнер Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер.- М.: ИНФРА-М, 2001. - 475 с.
12. Hampton, David R. "Organizational behavior and the practice of management" Copyright 1987 Harper Collins Publishers Inc. Printed in the United States of America. 1020 с.
13. Harris P.R., Moran R.T. Managing cultural differences. - Houston: Gulf Pubhshing Co., 1991, 556 с.
14. Грошев И.В. Организационная культура: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061100 «Менеджмент организации» - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 187 с.

Щербина Вікторія Леонардівна – кандидат соціологічних наук, науковий співробітник факультету психології Київський національний університет імені Тараса Шевченка

УДК 316.77

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ У СУБКУЛЬТУРІ ГЕЙМЕРСЬКИХ ОНЛАЙН-СПІЛЬНОТ

Автор розглядає проблему розвитку досліджень субкультури онлайн-спільнот. Аналізується роль онлайн-спільнот у процесі соціалізації особистості. У статті робиться висновок, що ігрові онлайн-спільноти мають ознаки власної субкультури та механізми згуртованості.

Ключові слова: соціологічне дослідження, ціннісні орієнтації, ігрові онлайн-спільноти.

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ В СУБКУЛЬТУРЕ ГЕЙМЕРСКИХ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВА

Автор рассматривает проблемы исследованию субкультуры онлайн сообществ. Анализируется роль онлайн-сообществ в социализации личности. В статье делается вывод о том, что игровые онлайн-сообщества обладают признаками собственной субкультуры и