

*world religious space are analyzed, as well as the main spaces of the Catholicism's spread in the ethnoreligious perspective are presented.*

*Keywords: Catholic, Catholicism, ethnicity, country, region, religious space, ethnoreligious space, sociospace.*

УДК 323.326:316.39

О. А. Перебезій

## ПОНЯТТЯ «ПРОСТОРУ» У КОНТЕКСТІ АНАЛІЗУ ФЕНОМЕНА ЕТНІЧНОГО БІЗНЕСУ

*У статті розглядаються основні концепції простору у трактуванні соціологів, а також представниками інших соціогуманітарних наук у контексті функціонування етнічного бізнесу. Для аналізу обрано соціальний простір як найбільш продуктивний вид простору, оскільки у ньому чітко окреслюються можливості структурування цього феномену, можна визначити чинники, які впливають на його динаміку, й можна передбачити перспективи його розвитку. Передусім, йдеться про такі типи соціального простору як регіональний, міський, пограниччя. Оцінки їх можливостей базуються на доробку як класиків (Г. Зіммель, П. Бурд'є, П. Сорокін), так і сучасних дослідників (Г. Беркінг, М. Льов, С. Літвінов, Л. Пріс).*

*Ключові слова: соціальний простір, регіональний простір, міський простір, пограничний простір, територіально-географічне розміщення етнічного бізнесу.*

**Мета** статті полягає у з'ясуванні можливостей функціонування малого і середнього етнічного бізнесу [Light, 1994] у соціальному просторі. З цією метою варто розглянути основні його характеристики і визначитися з чинниками, які впливають на його структурування й які стимулюють розвиток такого роду бізнесу. Цього можна досягти через аналіз концепцій простору, які розробляються зарубіжними і вітчизняними дослідниками, передусім, соціологами.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття простору досить активно освоюється сьогодні у зарубіжній соціологічній науці, як і в інших галузях соціогуманітарного знання. Воно вважається надзвичайно продуктивним для аналізу різноманітних соціальних і культурологічних явищ сучасного

суспільного життя. Зважаючи на зацікавленість соціологів феноменом простору і достатньо помітним рівнем реалізації цієї зацікавленості, можна стверджувати, що на сьогоднішній день сформувалася спеціальна соціологічна субдисципліна – соціологія простору, котра вивчає соціальне і матеріальне конституювання простору. Вона досліджує соціальні практики, інституційні сили й матеріальні комплекси взаємодії людини і території, на якій вона проживає [Sociology..., 2013].

Визначень простору сьогодні існує чимало. За Оксфордським англomовним словником, найбільш поширеними (за своєю суттю) є два: 1) територія, що продовжується, з розташованими на ній предметами, об'єктами, або без них; 2) інтервали між точками або об'єктами, що мають один, два чи три виміри. Впродовж певного часу склалася така традиція, що інтерес повертається до опису, пояснення і визначення перспектив розміщення і взаємодії цих об'єктів. Власне, останнє виступає сьогодні як центральна проблема вивчення функціональних можливостей простору, оскільки у процесі такої взаємодії народжуються нові феномени, які відтворюють результати динаміки соціальних змін.

Зауважимо, що активно почали підводити теоретичну базу під поняття «простір» англomовні і французькомовні соціологи, філософи і соціальні географи, зокрема Мічел Фуколт [Foucault, 1991], Генрі Лефевр [Lefebvre, 1991], Девід Харві [Harvey, 1989], Манюель Кастеллз, Едвард Соджа та інші. Однак, ми пам'ятаємо, що класиками соціологічного підходу у визначенні поняття «простір» є П. Бурд'є, Г. Зіммель та П. Сорокін.

Для визначення ролі простору у розвитку етнічного бізнесу цікавими видаються розмірковування про простір американського психолога Генрі Лефевра. Передусім, ми звертаємо увагу на те, що у вченого простір (переважно соціальний) – це продукт або ж комплексна соціальна конструкція, котра базується на цінностях і соціальному творенні значень, що впливає на просторові практики і сприйняття навколишнього. У цьому контексті, за Г. Лефеврем, варто розрізняти три види простору: 1) фізичний простір або простір, який ми сприймаємо; 2) ментальний простір або простір, який постає у нашій уяві; 3) соціальний простір або життєвий простір, простір у якому ми реально живемо.

Вочевидь, третій вид простору є найбільш продуктивним для нашого аналізу, оскільки він є тією реальністю, у якій функціонує етнічний бізнес. Тому він знаходиться у центрі нашої уваги і саме він потребує більш

детального аналізу. Однак це не означає, що ментальний простір має залишатися поза увагою дослідників. Річ у тім, що останнім часом, ми, аналізуючи те чи те явище, вибудовуємо і власні його конструкції, залучаючи до цього процесу наші ментальні можливості.

Нагадаємо, що класики, яких ми згадували вище, свою увагу концентрували саме на соціальному просторі. Г. Зіммель ще у 1908 році написав книгу про соціологію простору, де він розглядає соціальний простір як певну систему місць [Зіммель, 1996, с. 525]. Згадані інші класики подають визначення цього феномену й вказують на його компоненти. П. Бурдьє, наприклад, вважає, що соціальний простір – це абстрактний простір; він складається з різного роду полів – економічного, інтелектуального тощо [Бурдьє, 1993, с. 40]. П. Сорокін звертає увагу на те, що у соціальному просторі суб'єкти можуть розміщатися як на далекій відстані один від другого, так і поряд один з іншим [Сорокін, 1992, с. 297]. Власне, він певним чином акцентує увагу на різнохарактерній взаємодії суб'єктів, яка визначається способом розміщення (відстань тут відіграє, очевидно, важливу роль).

Серед наступників згаданих теоретиків соціального простору помітне місце займають А. Шюц та К. Левін. У книзі «Структура життєсвіту» (яка, до речі, була завершена Т. Лукманом) А. Шюц представляє увесь життєвий світ просторовим, поділеним на сектори, які він називає «світом в актуальній досяжності» [Шюц, 2004, с. 51] і «світом у потенційній досяжності». При цьому він наголошує на двох особливостях існування цих секторів: 1) вони постійно змінюються; 2) їх можна відтворити [Шюц, 2004, с. 52]. Наголошення А. Шюцом на тому, що «система просторового розподілу поширюється на різні шари соціального світу» [Шюц, 2004, с. 54] відкриває шлях до розмірковувань про те, що така система є важливим аспектом соціальних зв'язків. У нашому випадку останнє є важливим, оскільки соціальні зв'язки, соціальні мережі є важливою умовою функціонування етнічного бізнесу. Щодо К. Левіна, то життєвий простір у нього також складається з певних областей і має певну величину [Левін, 2000, с. 279]. У своїй роботі «Теорія поля в соціальних науках» К. Левін веде мову про застосування поняття простору до аналізу реалій існування людини на різних її етапах, підкреслюючи, що з часом розміри життєвого простору збільшуються і відбувається певна його диференціація та зменшується кількість недоступних областей [Левін, 2000, с. 270].

У такому ключі проблема специфіки соціального простору продовжує обговорюватися у сучасній зарубіжній соціологічній літературі, зокрема, у працях німецького соціолога Л. Пріса. Так, соціальний простір у нього покриває певну територію, у межах якої здійснюються соціальні практики щоденного життя, у якому у певному просторовому порядку розміщені артефакти й символічні системи, соціальні інституції, котрі структурують людське життя [Pries, 2005, p. 6]. Таке структурування відбувається у результаті взаємодії суб'єктів, котрі перебувають у межах соціального простору постійно, тривалий час чи тимчасово. На нашу думку, від тривалості взаємодії великою мірою залежить якість структурування простору.

Сьогоднішні теоретики соціального простору (скажімо, американський дослідник Едвард Соджа) у дискурс про нього вносять цікавий, на наш погляд, нюанс, який заслуговує особливої уваги. Йдеться про рухливість (динаміку), чутливість до змін компонентів простору. Оскільки у соціальному просторі відбувається безперервна взаємодія між ними, то постійно витворюються нові (у Е. Соджи, гібридні) компоненти. Так, у результаті контактів двох культур може виникати третя. І вже у цьому третьому гібридному просторові витісняються оригінальні цінності двох перших культур і конституюються нові цінності і перспективи розвитку, що різняться від двох перших. Така теоретична схема є релевантною для функціонування малого і середнього етнічного бізнесу. Бо саме поява на певному просторовому відтинку нового етнофора (актора етнічного бізнесу) викликає зацікавлення ним у споживача, що супроводжується витісненням на периферії нашої свідомості і практики звичних до цього часу етнічних зразків (предметів щоденного вжитку, артефактів). Оскільки таке «заміщення», зазвичай, відбувається саме на чітко окресленій території, то у дослідників соціального простору виникла необхідність конкретизувати цю територію і визначитися для неї з терміном. Таким став термін «місце» («місцина»). Щоправда, хоча це і є «чітко окреслена територія», однак, соціологи, передусім, звертають увагу на процеси, які відбуваються на цій території. Тому деякі із них пропонують вести мову про так званий простір конкретної місцини, власне, про четвертий тип простору [Sociology..., 2013]. Ми, однак, схильні розглядати його як не окремий вид простору, а радше як складову частину соціального простору, хоча таке його виокремлення також має право на існування. Особливо, коли ми ставимо за мету детальний аналіз

результатів функціонування етнічного бізнесу у конкретних географічних межах. Згідно з розмірковуваннями англійського теоретика Найгела Тріфта, місцина є життєво необхідним актором, котрий змушує (спонукає) нас вибудувувати своє життя у певному порядку і примушує нас доходити до розуміння усіх речей, навіть тих, котрі здаються прихованими від нас [Thrift, 2003, p. 95-107]. Це зауваження є надто слушним, коли ми поглянемо на розміщення етнічного бізнесу, скажімо, у великих містах Америки, зокрема, у прив'язці до місця помешкання людей, які практикують етнічний бізнес, а також нових іммігрантів, котрі також прагнуть увійти у малий етнічний бізнес і часто свідомо обирають місце поселення вихідців із своєї країни.

Слушним у контексті нашого дискурсу виглядає і думка про новий етап взаємодії локального (пов'язаного з місциною) і глобального. Якщо раніше говорили про абсолютну домінантність глобалізаційних процесів, то вже на початку ХХ-го століття дослідники звертають увагу на те, що «антитенденції» виявляються все чіткіше [Korogowicz, 2000, s. 161]. Відомий дослідник простору Ендрю Герод (Велика Британія) звертає увагу на те, що, не дивлячись на гомогенізацію чи американізацію, які самі по собі є ознаками процесу глобалізації, локальні тенденції (локалітети, протилежні сили) серед людей, котрі захищають традиційні способи життєдіяльності зростають у всьому світі. У зв'язку з цим, питання решкалізації людського життя і відносин між двома індексами, які знаходяться на протилежних полюсах шкали, «локальне» – «глобальне» останнім часом дискутуються все активніше [Harod, 2003; Sociology..., 2013]. Нагадаємо, що починаючи з 1980-х років активно підводиться теоретична база під «концепцію шкали», яка пропонує розглядати розміщення об'єктів і явищ, зокрема і у соціальному просторі, з точки зору «регіонального рівня» (ми би додали «локального рівня») та «національного рівня». Процес «решкалізації», на наш погляд, актуалізується ще й з огляду на те, що, за німецьким соціологом Гельмутом Беркінгом (з чим ми повністю погоджуємося), локальні контексти мають високий ступінь гетерогенності і прив'язаності до конкретної місцини і значною мірою світ сприймається саме через призму знань, сформованих під впливом локальних умов існування соціального суб'єкта [Berking, 1998].

Ведучи мову про функціонування етнічного бізнесу у соціальному просторі, особливо оцінюючи його перспективи, варто поміркувати над застосуванням у цьому контексті ідеї відомої німецької дослідниці феномену

простору Мартіні Льов [Loew, 2008] моделі простору, в основі якої лежать відносини між суб'єктами, предметами тощо. Ми би хотіли звернути увагу на кілька моментів її моделі, досить відомої серед західних соціологів, на котрих особливо наголошує дослідниця: 1) «вилаштування» у просторі живих одиниць і соціальних речей; 2) яким чином простір конституюється у процесі його сприйняття, відтворюється чи то ідеалізується з тим, щоб бути представленим як соціетальна структура. Іншими словами, М. Льов проектує концепцію Ентоні Гідденса про «подвійність структури» на простір і вона формує ідею «подвійності простору». І ось ключові поняття до розуміння «подвійності»: індивідами діють як агенти і у процесі дій конституюють простори. Самі ж їх дії залежать від економічних, правових, соціальних, культурних і, зрештою, тих же просторових структур. Власне, «подвійність» пов'язується, з одного боку, з діями, у висліді яких формуються простори, а з іншого, – простори структурують дії. Таким чином, простори одночасно конструюються (ставляться у певні межі) і уможлиблюють дії [Sociology..., 2013].

Українські соціологи (Л. Сохань, С. Літвінов, О. Стегній, М. Чурілов, К. Шестакова, Б. Гвоздецька), останнім часом, також активно освоюють поняття «простір», зокрема «соціальний простір». Їхні розробки можуть бути ефективними у застосуванні під час аналізу процесу зародження і функціонування етнічного бізнесу в українських реаліях. Серед моментів, на які варто звернути увагу у цьому контексті, такі: соціальний простір – це життєвий простір; під впливом глобалізації життєвий простір людини збільшується і наповнюється новою якістю і новим змістом (нові події, нові відносини, багатогранна діяльність тощо) [Сохань, 2002, с. 194]. С. Літвінов схильний вести мову про соціологію соціальних просторів [Літвінов, 2004, с. 572]; він слушно звертає увагу на практичне значення розуміння простору як ефективного інструменту дослідження процесів і феноменів суспільного розвитку: «Пояснення, передбачення, прогнозування, регулювання соціально-політичних, соціально-економічних і соціокультурних процесів буде більш досконалим із врахуванням їх просторової динаміки, розкриттям взаємозв'язку просторових і соціальних чинників, значення просторових субститутів – кордонів, меж, зон, регіонів, локусів, топосів тощо. Необхідно взяти до уваги також і максимум оптимального використання соціальними агентами, зокрема державою, всіх наявних ресурсів, у тому числі, і простору як специфічного соціального ресурсу» [Літвінов, 2004, с. 573].

У зв'язку з тим, що сьогодні проблема простору все більше актуалізується, український соціолог І. Кононов наголошує на кількох моментах, які варто враховувати при дослідженні функціонування того чи того феномена (скажімо, етнічного бізнесу) у соціальному просторі: «Звісно, і раніше глибокі соціальні перетворення передбачали зміни у просторових аспектах існування суспільства. Проте дотепер простір радше був предметом суспільної експансії. Він підлягав подоланню, підкоренню, стикуванню тощо. Утім, зараз сталося щось радикально інше. У єдності суспільного простору – часу різко зросло значення першої складової. Ця актуалізація просторових аспектів буття людства проглядається й у концепціях, покликаних пояснити й зорієнтувати сучасне суспільство. Насамперед, це стосується ідеї сталого розвитку, а також концептів глобалізації та регіоналізації» [Кононов, 2004, с. 57].

Таким чином, можна констатувати, що питання простору в усіх його формах інтенсивно вивчається зарубіжними, а останнім часом і українськими дослідниками, передусім, соціальними географами, соціологами і психологами. Звичайно, фахівці з перелічених галузей знань, насамперед, звертаються до соціального простору, оскільки об'єктом їх досліджень є людина, її мобільність у просторі, динаміка змін у межах певної території під впливом різного роду чинників. Нагадаємо, що етнічний бізнес як важливий маркер життєдіяльності й господарювання у поліетнічному суспільстві, а особливо на певних його відтинках (у певних областях, частинах), відіграє помітну роль у структуруванні цих областей (частин, територій), у розміщенні суб'єктів відносин, побудованих на зацікавленості етнічним бізнесом (одні учасники цих відносин є його промоутерами – організаторами цього бізнесу, а інші – споживачами його результатів).

Для аналізу функціонування етнічного бізнесу, з'ясування його можливостей в організації життєдіяльності сучасних суспільств, зважаючи, передусім, на принципи його територіально-географічного розміщення, продуктивними можуть виявитися такі типи соціального простору: регіональний, міський і прикордонний (той, що практикується на пограничних територіях) простори. Стосовно розміщення в окремих поліетнічних країнах, то тут впадає в око така особливість: етнічний бізнес прив'язується до місцин, де є відчутна концентрація різних етнофорів – представників різних етнічних спільнот (як самих бізнесменів, так і

споживачів), а також туристів. Методом включеного спостереження (фізично перебуваючи у тому чи тому просторі, чи відслідковуючи його структуру, використовуючи сучасні засоби комунікацій, скажімо, Інтернет) можна переконатися у тому, що такими місцинами є: 1) великі, зазвичай, мультиетнічні міста (наприклад, традиційно Відень, Нью Йорк, Париж, а останнім часом Москва, Санкт-Петербург, Київ) [Blair, 2005]; 2) регіони з відчутною етнічною специфікою (Каліфорнія у Сполучених Штатах, південь Франції, Крим в Україні тощо). Додамо, що етнічна специфіка логічно «вмонтовується» у концепцію регіону, запропоновану О. Стегнієм та М. Чуриловим, як простору певної соціальної структури, організації влади і культурницьких традицій [Стегній, 1998, с. 5] 3) прикордонні території, зокрема американо-мексиканське пограниччя, території уздовж західного та північного кордону України. У кожному з перелічених типів соціального простору є свої особливості його функціонування, однак, їх об'єднують (принаймні, у виборі для аналізу) і спільні риси та характеристики, насамперед, пов'язані з однотипністю впливу на структуру життєдіяльності певної (іноді значної) частини населення цих просторів. Зазначимо, що міський і пограничний типи простору у певному сенсі можна розглядати як різновид регіонального простору, конкретизованого межами його означення. Їх виокремлення у межах того ж регіонального простору допомагає більш детально і більш адекватно відслідкувати процес, за І. Кононовим, соціального освоєння певної території і перетворення фізичного простору у внутрішній простір суспільства [Кононов, 2004, с. 73]. Такий підхід дає можливість визначити роль етнічного бізнесу у цьому процесі соціального освоєння території, а у більш широкому смислі й у соціальному житті суспільства.

**Висновки.** Кожна із розглянутих концепцій поняття «простір» може застосовуватися для аналізу функціонування етнічного бізнесу. Однак найбільш релевантними є ті, що пов'язані, передусім, з концептами соціального простору, оскільки й сам етнічний бізнес перетворюється у постійний важливий маркер соціальних процесів, соціального життя сучасних поліетнічних країн. Регіональний, міський, пограничний типи соціального простору надають можливості адекватного відтворення ролі етнічного бізнесу у розвитку країн його практикування.



## Джерела

*Бурдьє П.* Соціологія політики; пер. с фр., сост. и общ. ред. Шматко Н.А. – Москва : Socio-Logos, 1993.

*Євтух В.* Етнічність у транснаціональному просторі: дизайн дослідницького проекту // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2013. – № 1.

*Зиммель Г.* Как возможно общество? // Зиммель Г. Избранное. – Т. 2. Созерцание жизни. – Москва : 1996.

*Кононов І.* Соціологія і проблеми просторової організації суспільства // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – № 4.

*Левин К.* Теория поля в социальных науках. – Санкт-Петербург : Сенсор, 2000.

*Літвінов С.* До перспективи соціології простору // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : збірник наукових праць. Випуск 10. – Харків : Видавничий центр ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2004.

*Сорокин П.А.* Человек. Цивилизация. Общество. – Москва : 1992.

*Сохань Л., Каменєва І.* Життєвий простір і життєвий світ особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1.

*Стегній О.Г., Чурилов М.М.* Регіоналізм в Україні як об'єкт соціологічного дослідження. – Київ : Социс ЛТД, 1998.

*Шюц А., Лукман Т.* Структури життєсвіту. – Київ : Український Центр духовної культури, 2004.

*Benko G., Strohmayer U.* Space and Social Theory: Interpreting Modernity and Postmodernity. – Wiley : Blackwell, 1997.

*Berking H.* Global Flows and Local Cultures. Ueber die Rekonfiguration sozialer Raume im Globalisierungsprozess // Berliner Journal fuer Soziologie. – 1998. – Vol. 8. – № 3.

*Blair A.* Ruble. Creating Diversity Capital: Transnational Migrants in Montreal, Washington and Kyiv. – Washington : Woodrow Wilson Center Press, 2005.

*Foucault M.* Andere Raume. In Wentz Martin (Hg.). Stadt-Raume. – Frankfurt am Main / New York : 1991.

*Harvey D.* The Condition of Postmodernity. – Oxford : 1989.

*Harod A.* Scale: The Local and the Global. Key Concepts in Geography. – London : SAGE, 2003.

*Korporowicz L.* Interactive Personality as a Challenge in a World of Interacting Cultures // Florian Znaniecki's Sociological Theory and the challenges of 21th Century. – New York : Peter Lang, 2000.

*Lefebvre H.* The Production of Space. – Oxford : Basil Blackwell, 1991.

*Light I., Karageorgis S.* The Ethnic Economy // The Handbook of Economic Sociology / N. Smelser and R. Swedberg. – Princeton : Princeton University Press, 1994.

*Loew M.* The Constitution of Space: The Structuration of Spaces Through the Simultaneity of Effects and Perception // European Journal of Social Theory, 2008. – Vol. 11. – №1.

*Pries L. Transnational Migration as a Chance for Spanning the North-South-Gap? // Quartal, 2005.*

Sociology of space 18/11/2013 [Electronic resource]. – Mode of access: en.wikipedia.org/wiki/Sociology\_of\_space.

*Thrift N. Space: The Fundamental Stuff of Human Geography // Key Concept in Geography / Hollaway Sarah L., Stephen P., Valentine Rice and Gill. – London : SAGE, 2003.*

***O. Pereveziy. The concept of «space» in the context analysis of the phenomenon of ethnic business.***

*The article deals with main concepts of space in works of sociologists and the representatives of other social sciences in context of function of ethnic business. The social space is seen as the most productive kind of space because of its possibilities to define the structuring of this phenomenon, the factors influencing its dynamics and to predict perspectives of its development. Such types of social space are in the question – regional, urban, border spaces. Their possibilities are estimated upon the classical works (G. Simmel, P. Bourdieu, P. Sorokin) and contemporary researchers (H. Berking, M. Loew, S. Litvinov, L. Pries).*

**Keywords:** social space, regional space, urban space, border space, territorial/geographical location of ethnic business.

УДК 316. 25(476)(470+571)

Ришард Радзик

**РУССКИЙ КОНТЕКСТ ОБЩНОСТИ БЕЛОРУСОВ В  
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ПЕРИОДА  
НЕЗАВИСИМОСТИ**

*У представленому тексті розглядається питання змісту та діапазону спільноти білорусів, зокрема, їх зв'язків з російськістю (а також радянськістю). Основні роздуми присвячені періоду незалежності останніх двадцяти двох років. Джерельною базою дослідження є в основному соціологічні дослідження, які проводяться в Білорусі незалежними дослідницькими центрами. Вони вказують на те, що процеси, які відбуваються в Білорусі, мають дихотомічний характер. По-перше, після понад двадцяти років незалежності переважна більшість білорусів приймають білоруську державність, дедалі більше усвідомлюють свою окремішність, проте, сила цих віднесень невелика, в основному стосовно інших цінностей, особливо матеріальних, меншою мірою пов'язаних зі*