

Олеся Мандебура

СІМ'Я ЯК ЦІННІСТЬ У ПЛОЩИНІ СУСПІЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

У статті аналізується важливість інституту сім'ї в сучасному українському соціумі, що підтверджується даними польових соціологічних досліджень. Автор виділяє найважливіші складові сімейної політики держави, актуальні загалом для українського суспільства.

Ключові слова: сім'я, сімейні цінності, сімейна політика, соціальна реклама.

Mandebura O. The Family as a Value in the plane of Ukrainian social values. The article «The Family as a Value in the plane of Ukrainian social values», written by Olesia Mandebura analyzes the importance of the family in contemporary Ukrainian society, which is proved by the field of sociological researches. The author highlights the most important components of family policy, topical for the Ukrainian society.

Key words: family, family values, family policy, social advertisement.

Цінності як категорія наукового аналізу характеризуються застосуванням різних методів наукового пошуку, підходів та критеріїв їх класифікації і систематизації. Вчені виділяють загальнолюдські, морально-духовні, громадянські, гуманістичні, політичні, демократичні, культурні, художні,

традиційні українські цінності. Вони досліджуються і в конкретних вимірах відповідно до критеріїв об'єктивного існування, і в зіставленні ціль / засіб, і як ідеальна модель.

Останнім часом увага дослідників зосередилася на дослідженні феномену «суспільних цінностей». Під цим кутом зору аналізується найрізноманітніше коло питань, починаючи від конкретно визначених наукових проблем і закінчуючи темами, які можна ідентифікувати як засадничі філософські. Саме в ціннісному вимірі розглядаються політична реальність, політична взаємодія, політична ідентичність, політичне лідерство, мовне середовище, геополітичні проблеми, ідеологічні орієнтації українського суспільства, міжетнічні взаємини. Перелік тем у галузі політології, щодо яких цілком допустимим і коректним є застосування означення «ціннісний», у науковому дискурсі практично безмежний.

А з іншого боку, не буде великим перебільшенням стверджувати, що і громадянські, і демократичні, і культурні, і загалом усі наведені вище системи цінностей тією чи іншою мірою цілком можуть бути вписані у ширшу систему, якою і виступають власне суспільні цінності. Ціннісна парадигма має універсальний характер і може бути застосована для аналізу будь-якого явища / події / факту суспільного життя народу і країни.

Саме в площині суспільних цінностей відбувається активізація тематики традиційних цінностей українців. Якщо раніше традиційністю як категорією наукового аналізу «традиційно» послуговувалися і її досліджували представники наукових дисциплін гуманітарного профілю, зокрема етнографи, фольклористи, культурологи, то сьогодні її запитаність значно розширилась. У число її дослідників активно включилися науковці суспільствознавчих галузей науки. Насамперед йдеться про демографів, політологів та соціологів. Збільшення зацікавлення останніх цією тематикою переконливо свідчить про її прикладний характер, актуальність і важливість як у плані суто наукового «кабінетного» чи польового аналізу, так і щодо її загальної суспільно-політичної ролі.

Однією з таких незаперечних традиційних цінностей українців є сім'я, в ширшому, історично традиційнішому вимірі – родина. І хоча актуальність саме родини в житті сучасного українця досліджується поки що недостатньо, то

суспільна вага сім'ї, її стан, тенденції розвитку перебувають під пильною увагою дослідників. При цьому обов'язковою складовою таких розробок є ієрархія сімейних цінностей. Це питання постає і окремо в осмисленні сім'ї як традиційної цінності. Воно включає складові, які, на думку вчених, і визначають суть і значення сім'ї. Та й сама тема сімейних цінностей і традицій вже кілька років перебуває у центрі пильної уваги українського соціуму: державних органів, Церкви, громадських організацій, засобів масової інформації та наукового товариства. На сьогодні існує досить багато варіантів визначення цього поняття у суспільних поглядах та науковому дискурсі.

Серед найчастіше вживаних трапляються наступні: класичні історичні уявлення про сім'ю, значущість оформлення шлюбу і стійкості шлюбних відносин, народження та виховання дітей у сім'ї з обома батьками, традиційних ролях чоловіка і жінки, вірності, взаємоповага всіх членів сім'ї та стійкий пріоритет збереження шлюбу над розлученням; дружба, добро і любов; подружня вірність, турбота батьків про дітей, турбота дітей про батьків і старших у сім'ї, повага до предків, взаємна любов і взаємоповага між батьками, злагода і довіра між членами сім'ї, відповідальність кожного за інших членів сім'ї, здоровий спосіб життя, дотримання ustalених народних звичаїв і збереження традицій, гостинність, створення багатодітних сімей; сімейне благополуччя, здоров'я, якісна освіта для дітей, знання та культура; подружня вірність, жіночність і мужність, батьківство та материнство; любов, діти, побут.

У переважній більшості цих варіантів відбиваються традиційні народні погляди та установки, які становлять основу ментальності українського народу та його національного характеру. Саме від цих поглядів і відштовхуються науковці, їх позиція є аналогічною за суттю. Так, проводячи вибіркове соціально-демографічне обстеження населення дітородного віку «Сім'я та сімейні відносини в Україні: сучасний стан і тенденції розвитку» (квітень 2009 р.), фахівці Інституту демографії та соціальних відносин ім. М. В. Птухи НАН України ієрархію сімейних цінностей визначили таким чином: батьки, матеріальний добробут, сімейна взаємодопомога, довіра між членами сім'ї, подружня вірність, сексуальна гармонія, брати і сестри, спільність

інтересів, онуки, мати багато дітей [1,с.90–91]. У цьому дослідженні питання сімейних цінностей виділяється окремим параграфом, у якому увага зосереджується на оцінці респондентами ролі та значущості сімейних цінностей залежно від статі респондентів і типу домогосподарств.

Отже, традиційні, усталені народні погляди на цінності, які становлять основу сталого шлюбу, існують і сьогодні, доповнившись окремими позиціями «на вимогу дня».

Соціологічні опитування з метою вивчення громадських настроїв та поглядів, які проводять різні центри та установи, зазвичай серед переліку запропонованих питань містять і ті, які безпосередньо стосуються стану сім'ї. Причому такі питання супроводжують вивчення динаміки соціальних змін, життєвого рівня населення, регіональних особливостей соціальної стратифікації, економічної ситуації та розшарування суспільства в оцінках і очікуваннях [2]. Ці, а також інші питання науковці аналізують крізь призму вивчення фінансового боку щоденного життя родини.

Скажімо, у першій же статті, яка «відкриває» збірник Інституту соціології НАН України «Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін» (К., 2009), дослідження соціальних наслідків економічної кризи починається з аналізу відповідей респондентів на запитання про матеріальний стан сім'ї [3, с. 15]. На думку Є.Головахи, «саме ці базові показники насамперед свідчать про реальні антикризові соціальні ресурси» [3].

Досить промовистими є дані національного опитування «Громадська думка в Україні – 2009», здійсненого за програмою Інституту соціології НАНУ Центром соціальних і маркетингових досліджень «СОЦІС» (дані станом на квітень 2009 р.). Так, відповідаючи на питання «Оцініть міру важливості особисто для Вас наведеного нижче» серед двадцяти запропонованих тем найвищий відсоток відповідей «дуже важливо» – понад 80 відсотків – отримали наступні:

- Міцне здоров'я – 87,1%,
- Міцна сім'я – 85,5%,
- Благополуччя дітей – 82,4% [2,с.482–483].

Ця трійка лідирує зі значною перевагою. Наступною за ними йде позиція «Матеріальний добробут», яка знаходиться на позначці 71,4%, і «Цікава робота» – 50,8%. Уже згадуване вище спеціальне вибіркове соціально-демографічне об-

стеження населення дітородного віку «Сім'я і сімейні відносини», проведене фахівцями Інституту демографії та соціальних відносин теж у квітні 2009 р., дає ще вищі показники: «В ієрархії життєвих цінностей переважної більшості респондентів дітородного віку саме сім'я та діти посідають чільні місця. Понад 90% жінок і майже 85% чоловіків заявили, що сім'я для них «дуже важлива» [1,с.89]. Це видання підготовлене за матеріалами переписів населення, вибіркового обстежень умов життя домогосподарств України та результатами вибіркового соціально-демографічного обстеження.

Отже, визнання значення і ролі сім'ї як ідеальної моделі організації людського життя залишається на достатньо високому рівні в менталітеті сучасних українців, навіть якщо практичне втілення цього суспільного інституту в житті людини останнім часом видозмінюється і набуває нових форм, відмінних від традиційних.

Ще одним аргументом, який підкреслює важливість цього соціального інституту для суспільства, зацікавленість ним дослідників, є тематичні конференції. Скажімо, у листопаді 2010 р. у Туреччині відбулася міжнародна наукова конференція «Сім'я як цінність у контексті релігії, традицій і сучасності», на якій порушувалося багато важливих питань функціонування сучасної сім'ї з позицій глобалізації, економіки, релігії, юриспруденції тощо. Перелік запропонованих тем конференції переконливо демонструє наступний факт: фактично не існує жодних сторін життя суспільства, у які не була б інтегрована сім'я, які б не зачіпали цюнайменші аспекти її функціонування або перебували поза її реальністю. Питання взаємовідносин дітей та батьків, засоби масової інформації та родина, вплив соціалізації на структуру родини, поліси європейського союзу та родина, іміграція та родина, сексуальна етика та родина, родина з її денними справами та вечірнім відпочинком і багато інших питань стають предметом широкого обговорення науковців, політичних, суспільних та громадських діячів світової спільноти.

Один з найпростіших способів збору інформації – пошук за ключовими словами в Інтернеті – виявляє цікаву деталь: значну кількість конференцій на тему сім'ї в Україні проводить Церква та організації церковного спрямування. Католицька Церква, Церква Віфесда, Інститут релігійної свободи, Інститут релігійних наук ім. св. Томи Аквінського та інші

організують наукові зібрання, на яких порушуються важливі з точки зору церкви питання: сім'я і Церква; поняття шлюбу у світлі церковної традиції; проблема узаконення штучного переривання вагітності; планування сім'ї; шляхи вирішення демографічної кризи в суспільстві; сучасний підхід до розв'язання проблеми «батьки – діти»; участь громадських та релігійних організацій у формуванні сімейної політики у державі; освітні процеси та формування сім'ї; багатодітність; сім'я як філософське осмислення буття людини; подолання негативних явищ у молодіжному середовищі; соціальний захист сім'ї. Деякі з вищенаведених тем знаходяться також в числі головних ключових аспектів сімейної політики нашої держави.

Варто зазначити: серед усіх суспільних та державних установ, які опікуються проблемами сім'ї, чи не найактивнішу позицію посідає саме Церква. Під її егідою на цю тему проводяться святкові вечори, релігійні проповіді, круглі столи з залученням широких кіл громадськості, благодійні акції, створений і функціонує Інститут родини та подружнього життя, перший випуск «Наукового вісника» якого був цілком присвячений темі сімейних цінностей.

Наймасштабнішою на сьогодні акцією з боку Церкви можна вважати «Відкрите звернення до української громадськості з приводу необхідності захисту високих моральних засад і сімейних цінностей», з якою виступили керівники 9 християнських Церков України в червні 2010 р.*

Заходи, які організуються відповідними державними органами, основну увагу зосереджують на конкретних актуальних питаннях. Скажімо, тематика підсумкової конференції за результатами проекту «Сім'я без насильства» (Херсон, 2007), обласної конференції «Міцна сім'я – основа суспільства» (Івано-Франківськ, 2009) була присвячена основним проблемним питанням сімейної політики держави, вирішення

* Повний текст Звернення був оприлюднений на web-сторінках різних церковних і громадських об'єднань. Зокрема, на сайті Української Православної Церкви Київського Патріархату, Української Християнської Євангельської Церкви, Інституту релігійної свободи, Всеукраїнської громадської кампанії проти встановлення цензури засобів масової інформації та творів мистецтва тощо. Інформація про підписання звернення присутня також на багатьох інших сайтах, зокрема, УГКЦ, Католицького медіа-центру

яких перебуває у компетенції обласних органів виконавчої влади. Серед переліку питань, представлених, наприклад, на конференції в Івано-Франківську, виділяються такі: «Сім'я як найважливіший соціальний інститут суспільства», «Вплив зайнятості на соціально-економічне становище сім'ї», «Соціальний захист сімей шляхом надання різних видів державної соціальної допомоги», «Соціальна робота з підтримки сімей різних категорій», «Роль сімейних колективів у примноженні та розвитку культури» [4]. Основними доповідачами на таких конференціях є державні службовці, працівники різних управлінь та відділів облдержадміністрацій, керівництво обласних центрів зайнятості та соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, інші посадовці [4].

Власне, найбільшнішими питаннями і української родини, і загалом українського суспільства є проблеми здорового способу життя, тенденції до зростання захворюваності ВІЛ-інфекцією та туберкульозом, сімейна політика держави, запобігання насильству в сім'ї, гендерна політика, соціальний захист та безпека дітей, національне та міждержавне усиновлення, опіка, патронатне виховання (прийомні сім'ї та дитячі будинки сімейного типу). Саме на цьому зосередив свою головну увагу міністр України у справах сім'ї, молоді та спорту Р. Сафіулін, виступаючи на парламентських слуханнях «Молодь за здоровий спосіб життя» 3 листопада 2010 р [5, с. 5–11]. Зокрема, на думку міністра, система формування здорового способу життя повинна мати такий вигляд: «людина – сім'я – громада – держава» [5, с. 9]. Державна політика в цьому відношенні, представлена в доповіді міністра, містить два основні системоутворюючі елементи: обов'язки сім'ї щодо сімейного виховання та зобов'язання держави по відношенню до родини. На думку міністра, державна політика має одночасно стосуватися самої людини та її інтересів, сім'ї та громади з її ресурсами та потенційними можливостями, будуватися на принципах тісної взаємодії. Відповідно, якщо є обов'язки у держави, то вони мають бути у кожного з учасників процесу формування здорового способу життя [5, с. 9–11]. У доповіді це звучить таким чином. Обов'язки сім'ї: сімейне виховання має бути зорієнтоване на формування і стимулювання здорового способу життя; наявний приклад самих батьків (вони мають бути обізнані та мати необхідну підготовку й прагнення до здорового способу життя); збереження моральних устоїв

сім'ї, які стимулюються державним запитом на здорову особистість, підґрунтям якої є сім'я та родина в цілому.

Держава для сім'ї: доступна інфраструктура, створення широкого ринку пропозицій відповідно до запиту населення (тип поселення, регіональний підхід з врахуванням вікових потреб); стимулювання дотримання здорового способу життя за місцем навчання, роботи тощо; формування громадської думки на дотримання здорового способу життя як норми успішної людини.

Однією зі складових державної сімейної політики є проведення заходів, спрямованих на відродження і популяризацію національних цінностей української сім'ї, усвідомлення ролі родини у житті суспільства та у вихованні дітей [6, с. 53–55]. У рамках державної політики проводяться різноманітні соціальні акції, спрямовані на пропагування цінностей сімейного життя. В першу чергу вони орієнтовані на молодь і молоді сім'ї. Ці акції мають найрізноманітніший характер і відбуваються у вигляді форумів, конкурсів, фото-виставок, семінарів тощо: Конгрес молодих сімей (Сімферополь, 2008), численні обласні конкурси сімейних клубів, «Молода родина», фестивалі сімейної творчості, семінари-тренінги, виховні години у навчальних закладах, фольклорні свята, вечори-розповіді, виставки сімейної творчості, конкурси малюнків, сімейні свята, різноманітні культурно-мистецькі заходи.

У рамках проведення державної політики організовуються і проводяться семінари, конференції, майстер-класи, круглі столи, до участі в яких запрошуються також науковці, педагоги, психологи, юристи, лікарі, представники творчої інтелігенції, що досліджують становище сімей та стан реалізації сімейної політики в Україні, традиційну культуру різних етнографічних регіонів [6]. Принагідно зауважу також, що рубрика «Сімейні цінності» є окремим розділом вісника Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту.

У цьому контексті варто окремо згадати також і про функціонування Державного інституту сімейної та молодіжної політики, який належить до сфери управління Міністерства освіти і науки, молоді і спорту України [7]. Діяльність Інституту зорієнтована на науково-методичне забезпечення формування й реалізації політики держави, спрямо-

ваної на розвиток дітей, жінок, молоді, інституту сім'ї, здійснення соціальної роботи в цій сфері. Згідно з даними, розміщеними на офіційному урядовому порталі [8], напрямами діяльності Інституту є вивчення соціальних потреб, настроїв та уподобань різних категорій населення країни за допомогою соціологічних та соціально-психологічних досліджень; розробка проектів законодавчих актів, які стосуються реалізації державної політики щодо сім'ї, дітей та молоді; науково-методичний супровід окремих соціальних програм, що реалізуються державними та громадськими організаціями; розробка новітніх технологій з питань соціальної підтримки сім'ї, дітей і молоді; проведення навчання і підвищення кваліфікації працівників органів виконавчої влади, які займаються реалізацією державної політики стосовно сім'ї, дітей та молоді, навчання спеціалістів громадських організацій; проведення конференцій, круглих столів, семінарів, інших заходів, у тому числі й міжнародних, підготовка, публікація науково-методичної, навчальної, довідкової, інформаційної та іншої літератури.

Реалізацію цих завдань виконують 12 центрів, які функціонують у структурі Інституту: центри соціально-політичних досліджень, теорії та методики соціальної роботи, молодіжної політики, теорії та методики оздоровлення та відпочинку дітей, проблем сім'ї та гендерної політики, дослідження дитинства, здорового способу життя, перепідготовки та підвищення кваліфікації, інноваційних технологій, координації наукових досліджень, науково-редакційний центр, центр розвитку інформаційних комунікацій.

Однією з перспектив діяльності закладу є розробка моделей і технологій ефективної соціальної реклами. У зв'язку з цим варто зазначити наступне. Останнім часом спостерігається значне зростання і кількості такої реклами, і розмаїття її видів. При цьому можна говорити і про збільшення реклами власне інституту шлюбу та сім'ї, і про збільшення рекламних сюжетів на найрізноманітнішу тематику з використанням як основи сюжету сімейної тематики.

Ці факти однозначно свідчать про високий рівень запитаності сімейної сфери в сучасному українському соціумі, адже йдеться не лише про соціальну рекламу як один з напрямів роботи державної політики, а й рекламу

приватних структур та організацій. Головним чином така реклама орієнтована на молодь і підростаюче покоління. Її ініціаторами виступають різні організації і служби – міські, громадські, інформаційні, приватні. Іноді навіть реклама конкретних вебсторінок і приватних сайтів відбувається з використанням сімейної тематики.

Одним з перших таких проектів стала акція, проведена у Києві кілька років тому. При київських районних державних адміністраціях почали функціонувати курси «молодї родини», які надавали достатній спектр послуг для молодих людей, які вирішили одружитися. Відповідно підібрані фахівці, в першу чергу психологи, допомагали молоді навчитися базовим поняттям, необхідним для щасливого подружнього життя. Особливістю роботи київських чиновників став дуже дієвий спосіб реклами курсів – через муніципальний транспорт, зокрема метрополітен, який за рівнем поширення інформації та рекламної продукції посідає перше місце серед інших видів громадського транспорту.

Київський метрополітен загалом відіграє значну роль у поширенні соціальної реклами. Лише протягом одного 2010 р. в ньому відбулося кілька масштабних соціальних проектів, спрямованих на акцентування уваги молодого покоління щодо відповідального ставлення до шлюбу, дотримання здорового способу життя, небезпеки захворювання на ВІЛ-СНІД, неприпустимість штучного переривання вагітності. Як приклад, варто навести деякі з них. Так, протягом 2010–2011 рр. увагу пасажирів привертала масштабна соціальна реклама проти штучного переривання вагітності під гаслами «Якщо я народжуся на світ, я буду тебе дивувати» та «Якщо я народжусь, я любитиму тебе». Реклама містила фотографії внутрішньоутробного розвитку і формування дитини в різні періоди вагітності і характеризувалася сильним емоційним навантаженням. Як контактні дані вказувався сайт «noabort.net» – масштабний інформаційний Інтернет-проект на тему абортів та абортивної контрацепції.

2010 р. упродовж декількох місяців у Київському метрополітені проводився соціальний проект під гаслом «Кохання має жити довше!». Як контактні дані вказувався сайт «happy-family.com.ua». Ця реклама являла собою розгорнутий паспорт, де на двох сторінках стояло 4 печатки про

укладення шлюбу за період 2001–2010 рр., перекреслені печаткою зі словами «Шлюб анульовано». Замість прізвищ колишніх чоловіків були наведені слова-символи, значення яких загальнозрозуміле: Гуляка, Невірний, Альфонс, Зрадник. Основний акцент в плані розміщення цієї реклами був зроблений на тих станціях метро, які знаходяться біля вищих навчальних закладів Києва. Йдеться, зокрема, про станції метро «Університет», «Київський політехнічний інститут», «Печерська». Ця сама реклама була присутня і на міських вулицях, зокрема на бігбордах. Тут для посилення ефекту використовувався принцип персоналізації – вказувалося ім'я дівчини та її вік: «Тетяна, 31 рік, середня тривалість шлюбу – 2 роки 1 місяць».

У тому ж Київському метрополітені кілька місяців була присутня й інша реклама: двоспальне ліжко, одна половина якої чистого білого кольору, а друга – брудного сірого кольору, зі зім'ятою ковдрою, шприцом, порожніми пляшками і пачкою цигарок. Акція проходила під девізом «Постався більш відповідально до вибору своєї другої половини!».

Кілька слів про соціальну рекламу в обласних центрах України. У Харкові домінує реклама, спрямована проти абортів та домашнього насильства. В Одесі переважає реклама здорового способу життя, допомоги дітям-сиротам – дитячих будинків, центрів і т.д. Сімейна тематика використовується і в різних соціальних акціях. Наприклад, акція Одеського міського управління з озеленення міста проходила під гаслом «Посади дерево – посади майбутнє» на тлі фотографії мами з дитиною. Аналогічна реклама характерна і для м. Хмельницький – у ній теж переважає наголос на створенні прийомних сімей під гаслом «Обери собі дитину», реклама проти абортів «Подаруй дитині життя!».

Отже, можна виділити теми, які мають всеукраїнську спрямованість: неприпустимість абортів, усиновлення дітей, здоровий спосіб життя. У переважній більшості випадків соціальна реклама та акції розміщуються і відбуваються в центральній частині міста, спальні райони і міські околиці охоплені нею меншою мірою.

Окремий напрям роботи різноманітних організацій та органів України (політичних партій, депутатських фракцій, міських рад тощо) – будівництво дитячих майданчиків. Тема дуже актуальна як для Києва, так і для всієї України. Від-

криття таких майданчиків перетворюється на свято місцевого масштабу з різноманітними дитячими конкурсами, подарунками, призами і, відповідно, широкою рекламою спонсора. З'явилося нововведення – дитячі ігрові майданчики починають будуватися навіть біля церков, особливо якщо йдеться про будівництво нової церкви.

Отже, останнім часом в Україні відбувається посилене використання сімейної тематики у соціальній рекламі. Вона стосується переважно самого інституту шлюбу і розрахована більшою мірою на молодь та найбільш вразливу категорію родин – молоді сім'ї. Про високий рівень запитаності сімейної тематики в сучасному українському соціумі свідчить також її активне використання, зокрема теми сімейної ідилії, в комерційній рекламі.

Характерною особливістю часу є рекламна візуалізація теми сім'ї, найбільше поширена у столиці країни. Разом з тим, спостерігається значно менша її присутність в інших містах країни, зокрема обласних центрах. Отже, розробка моделей і технологій ефективної соціальної реклами поки що так і лишається більше перспективним напрямом діяльності органів виконавчої влади, потенціал таких соціальних акцій не використовується повною мірою.

Усе викладене вище спонукає до такого висновку: інститут сім'ї зберігає своє велике значення в системі цінностей сучасного українського соціуму. Можна стверджувати, що соціально-економічна криза, у якій протягом останніх років перманентно перебуває українське суспільство, опосередковано сприяла підвищенню статусу інституту сім'ї в загальній шкалі сучасних суспільних цінностей українців. І хоча частина дослідників останнім часом почала заявляти про руйнування цього соціального інституту у суспільстві, нівелювання його ваги, є всі підстави зазначити, що моральне, психоемоційне значення сім'ї в житті українців перебуває на стабільно високому рівні.

У науковому плані ієрархія сімейних цінностей цілком логічно вписується у систему суспільних цінностей українців, зберігаючи в своїй основі елементи, які становлять основу ментальності українського народу, його національного характеру.

Підвищення інтересу демографів, політологів та соціологів до проблем сім'ї та сімейних цінностей, яке

спостерігається останнім часом, переконливо засвідчує їх неабияку вагу для аналізу поточної ситуації в країні, виявлення соціальних антикризових ресурсів, дослідження змін у соціальній динаміці українського суспільства та їх прогнозуванні.

1. Сім'я та сімейні відносини в Україні: сучасний стан і тенденції розвитку. – К., 2009.

2. Детальніше див.: Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін. – К., 2009.

3. Див.: Головаха Є. Соціальні наслідки економічної кризи: перше півріччя випробувань // Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін. .

4. Обласна конференція «Міцна сім'я – основа суспільства» [Електронний ресурс]. – <http://pravda.if.ua/news-9879.html>. – Режим доступу на 05.06.2011 – вільний, мова: укр.

5. Доповідь міністра України у справах сім'ї, молоді та спорту Сафіюлліна Р. С. на парламентських слуханнях «Молодь за здоровий спосіб життя» 3 листопада 2010 року // Вісник Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту. – № 3. – 2010.

6. Детальніше див.: Пеша І. Напрями реалізації регіональних програм підтримки сім'ї // Вісник Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту. – № 3. – 2010.

7. Державний інститут розвитку сім'ї та молоді перетворено у Державний інститут сімейної та молодіжної політики [Електронний ресурс]. – http://www.kmu.gov.ua/sport/control/uk/publish/article?jsessionid=73FDAECC10AFCA945914431993CA7772?art_id=126637&cat_id=45327. – Режим доступу на 03.06.2011 – вільний, мова: укр.

8. Див.: http://www.kmu.gov.ua/sport/control/uk/publish/article?art_id=98936&cat_id=71478. – Режим доступу на 03.06.2011 – вільний, мова: укр.