

Міністерство освіти та науки України
ДВНЗ „Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”

Кафедра філософії, соціології та релігієзнавства

КУРС ЛЕКЦІЙ

З „СОЦІОЛОГІЇ”

(для студентів напряму підготовки „Польська мова та література”, „Чеська мова та література”, „Українська мова та література”, „Російська мова та література”, „Міжнародні відносини”)

Розробник:
канд. філос. наук, доцент
Гайналь Т.О.

Івано-Франківськ, 2017

Тема 1. Соціологія як наука: предмет, об'єкт, функції. Історичні етапи розвитку

План

1. Сутність соціології, об'єкт та предмет її дослідження.
2. Структура соціологічного знання.
3. Функції соціології та її роль для попередження суспільних проблем.
4. Місце соціології в системі наук.

1. Сутність соціології, об'єкт та предмет її дослідження.

Термін „соціологія” (походить від лат. *societas* – суспільство і грец. *logos* – слово, поняття, вчення) введений французьким соціологом О. Контом в середині ХІХ ст.

Існує багато визначень соціології як науки. Так, наприклад, Е. Гіденс вважає, що соціологія – це вивчення соціального життя людини, груп людей та суспільств; П. Сорокін розглядає соціологію як науку, яка вивчає поведінку людей, що живуть у середовищі собі подібних; Н. Смелзер бачить соціологію як один із способів вивчення людей, бо соціологи прагнуть з'ясувати, чому люди поводять себе певним чином, утворюють групи, воюють, одружуються, голосують тощо.

Майже всі вчені сходяться на думці, що соціологія – наука про суспільство. Але ситуація ускладнюється, по-перше, тим, що саме суспільство можна розглядати з різних позицій. Так макросоціологія, що є сферою соціологічного знання та вивчає складні соціальні об'єкти (соціальні класи, соціальні інститути та ін.), процеси та взаємодії людей, які об'єднуються у великі соціальні спільноти і структури, стоїть на позиції, що суспільство слід розглядати як складну цілісну соціальну систему (макросистему). Представники мікросоціології (галузі соціологічного знання, яка вивчає індивідів та їхню взаємодію із близьким соціальним оточенням) пропонують досліджувати суспільство через його мікрооб'єкти – індивідів та взаємозв'язків між ними, міжособистісні стосунки, комунікацію та ін. Третій – синтезований підхід – передбачає розгляд соціології як науки про соціальні спільноти.

Соціальна спільнота – реально існуюча сукупність індивідів, яка піддається емпіричній фіксації та характеризується відносною цілісністю і здатністю виступати як самостійний творчий суб'єкт історичної та соціальної дії. Існує поліформність соціальних спільнот. Їх можна виділити за: а) кількісним складом (від двох людей до мільйонних об'єднань); б) тривалістю існування (тимчасові (вболівальники на стадіоні) та такі, що існують тривалий час (нація)); в) близькістю зв'язків між членами спільноти (релігійні організації, фанати, субкультури); г) функціональним призначенням (за метою: територіальна спільнота, трудовий колектив); г) умовами виникнення: мимовільні, спонтанні (натовп) чи інституціоналізовані, організовані (політичні партії); д) формальні (студенти певного вищого навчального закладу) чи неформальні (об'єднання за інтересами).

Виходячи з такої позиції, соціологію можна визначити, згідно з Н.Черниш, як науку про становлення та функціонування соціальних спільнот, між якими встановлюються певні соціальні відносини і взаємодія, а також про соціальну людину-творця цих спільнот і головного суб'єкта історичного розвитку.

Наше визначення буде наступним:

Соціологія – наука, що вивчає структури суспільства, їх елементи, умови існування, процеси, що відбуваються в них, а також людину соціальну – їх творця та головного суб'єкта історичного розвитку.

Ще одне питання, яке виникло стосовно соціології – чи можна її вважати науковим вивченням суспільства. Американський соціолог висуває аргументи на користь соціології:

- 1) нею фіксуються реальні факти;
- 2) дослідження структуроване таким чином, що його можна аналізувати по частинах;
- 3) емпіричні результати обґрунтовуються, виходячи з певної теорії;
- 4) є предмет дослідження – соціальні відносини.

Об'єктом соціології як науки є суспільство як цілісна соціальна реальність, що відбиває ту чи іншу сторону соціального життя, а також такі об'єктивні явища суспільства, як соціальні відносини, соціальні зв'язки, соціальні організації, соціальні інститути тощо.

Предмет соціології – закони і закономірності функціонування та розвитку особистості, соціальної групи, спільноти, суспільства в цілому, соціальне життя суспільства.

Соціологія як і будь-яка інша наука має свою систему категорій. Під ними розуміють найбільш загальні поняття, які віддзеркалюють суттєві сторони її предмета, розкривають механізм прояву законів і закономірностей, які вивчаються соціологією. Понятійно-категоріальний апарат соціології включає в себе: загальнонаукові категорії у соціологічному заломленні (соціальне, суспільство, соціум, соціальна система тощо); безпосередньо соціологічні категорії (соціальний інститут, соціальна організація, соціальні норми, соціальні цінності); категорії дисциплін суміжних із соціологією (економічна соціологія, соціологія політики, соціологія культури тощо).

Розглянемо ключові із них.

Соціальне – це сукупність тих чи інших властивостей і особливостей відносин, які проявляються в конкретних умовах між індивідами і спільнотами в процесі взаємодії.

Суспільство – найзагальніша система взаємозв'язків і взаємин між людьми, в яких проявляється їхня взаємозалежність одне від одного та які склалися історично; об'єднання людей, яке займає певну територію, відрізняється своєю культурою та соціальними інститутами.

Соціум – соціальне оточення людини, сукупність форм діяльності людей, що історично склалися.

Соціальна дія – дія людини (незалежно від того, носить вона зовнішній чи внутрішній характер), яка співвідноситься з діями інших людей чи орієнтується на них.

Соціальний інститут – організована система зв'язків і соціальних норм, що поєднує значущі суспільні цінності та процедури, які відповідають основним потребам суспільства; встановлений порядок правил та стандартизованих моделей поведінки у суспільстві (наприклад, сім'я, освіта, право, влада та ін.).

Ще однією ознакою науковості соціології є наявність в її структурі соціальних законів.

Соціальні закони – стійкі, суттєві, необхідні відносини між соціальними явищами та процесами, які повторюються. Соціальні закони розглядаються як такі, що здійснюються в масі випадкових процесів. Вони визначають лише основну лінію суспільного розвитку, а не всю багатоманітність історичних подій. Закони складають методологічну основу соціології.

2. Структура соціологічного знання.

Соціологія, як і будь-яка наука, містить складові, які залежать від завдань (теоретичних чи практичних), що поставлені перед нею. Структуру соціології складають:

1) загальносоціологічна теорія (теоретична соціологія, фундаментальний рівень знань, макросоціологічне дослідження) – дає уявлення про суспільство як цілісний організм, про систему соціальних механізмів, розкриває місце і роль основних соціальних зв'язків, формулює принципи соціологічного пізнання;

2) теорії середнього рівня уточнюють положення загальносоціологічної теорії щодо окремих видів, механізмів взаємодії. Є три види таких теорій:

а) теорії, які вивчають закони розвитку і функціонування окремих соціальних спільнот (соціологія міста, села, етносоціологія);

б) галузеві соціологічні теорії розглядають закономірності і механізми життєдіяльності соціальних спільнот в окремих сферах (соціологія праці, економічна соціологія, соціологія освіти);

в) теорії, що аналізують окремі елементи соціального механізму (теорія соціального контролю, теорія комунікацій).

3) конкретно-соціологічний аналіз (емпірична соціологія, теорія, методика і техніка конкретно-соціологічних досліджень) – це вимірювання конкретних соціальних процесів на основі тих підходів, принципів, показників, які дають загальносоціологічна і спеціальна теорії.

В залежності від рівня отримання знань в соціології виділяють:

а) теоретичну соціологію, яка узагальнює фактичний матеріал, будує теорію, розкриває закономірності функціонування суспільства;

б) прикладну (емпіричну), що вивчає практичні сторони соціального життя суспільства на базі загальносоціологічних теорій та фактичного матеріалу;

в) соціальну інженерію – рівень практичного впровадження отриманих знань з метою моделювання шляхів вирішення конкретних соціальних проблем.

В структурі соціологічного знання особливе місце займає метасоціологія, об'єктом вивчення якої є не соціальна реальність як така і не спосіб здобування знань, а наука соціологія, саме соціологічне знання.

3. Функції соціології та її роль для попередження суспільних проблем.

1) пізнавальна (теоретико-пізнавальна). Соціологія дає приріст нового знання про різні сфери соціального життя;

2) методологічна функція. Соціологія визначає найбільш адекватні методи пізнання суспільства, що згодом може використовуватися й іншими науками;

3) критична функція соціології полягає в можливості за допомогою соціологічних досліджень оцінювати позитивні та негативні наслідки та тенденції соціальних явищ та процесів;

4) інформаційна – соціологи проводять систематичний опис і накопичення матеріалу, на основі якого у подальшому робляться висновки, ухвалюються рішення та ін.;

5) прогностична виявляється у формуванні соціальних прогнозів розвитку соціальних явищ і процесів. Соціальні прогнози можуть бути короткостроковими або довгостроковими;

5) сутність перетворювальної функції полягає у тому, що висновки, рекомендації та пропозиції, які напрацьовані соціологією стають основою для вироблення та прийняття рішень (наприклад, для уникнення міжетнічних конфліктів, розробки системи заходів демографічної політики);

6) управлінська функція соціології забезпечує вироблення соціального механізму впровадження у практику рішень щодо функціонування, розвитку й удосконалення соціальних відносин;

7) світоглядна функція соціології виявляється у можливості впливати на формування уявлення індивіда про своє призначення в суспільстві, про стан самого суспільства та сприяє формуванню критичної позиції.

4. Місце соціології в системі наук.

Суспільство є загальним об'єктом вивчення й інших наук, які не випадково зараховують до „суспільних наук”: історії, філософії, економічної теорії, етнографії, психології і т.д. Чим тоді соціологія відрізняється від них? На відміну від інших наук, які вивчають окремі підструктури суспільства, окремі види відносин, соціологія (яку П. Сорокін вважає генералізуючою наукою) вивчає суспільство як цілісний функціонуючий соціальний організм, об'єднуючи всі сфери, сторони суспільного життя, які є об'єктами вивчення інших суспільних наук (економічну, політичну і т.д.), що дає можливість розкрити особливості суспільства як цілісності.

Т.ч., відмінність соціології від інших суспільних наук полягає в тому, що:

а) соціологія (згідно з П. Сорокіним) є генералізуючою наукою, бо не вивчає специфічне в суспільствах, а загальне;

б) вона аналізує суспільство в єдності всіх його сторін;

в) людина в соціології не виключно, скажімо, релігійна, а людина соціальна, одночасно і політична, й економічна, й етична і т.д.

Соціологія, як було зазначено вище, генералізуюча наука. Вона вивчає всі соціальні процеси, незалежно від того, якими вони є: економічними, етичними, політичними. Вона аналізує суспільство в єдності всіх його сторін, весь соціокультурний простір. Соціологія вивчає взаємозв'язок між явищами, які стосуються предмета дослідження різних наук (напр., як економічна криза впливає на рівень правопорушень). Останнім часом спостерігається „соціологізація” наук, виникнення нових напрямів на стику наук: соціологія злочинності, соціологія епідемій та ін.

Тема 2. Суспільство – культура - особистість

План

1. Поняття суспільства та соціальної системи. Типи суспільств.
2. Культура як соціальний інститут.
3. Особливості соціологічного дослідження особистості.

1. Соціологія виходить із розуміння суспільства як складного, організованого системного об'єкта, як найбільш загальної соціальної системи, яка вимагає вивчення у різних аспектах (внутрішня структура, функціонування, розвиток та ін.).

В широкому розумінні „система” – це цілісний комплекс взаємопов'язаних та відносно самостійних елементів, які так чи інакше взаємодіють із зовнішнім середовищем.

Основні системні принципи:

- ієрархічність (одна система може бути елементом системи більш високого порядку);
- системна якість (організація самої системи як цілого важливіша, ніж окремі її елементи);
- структурність (зумовленість функціонування елементів системи якостями її структури);
- взаємозалежність системи та зовнішнього середовища (система проявляється через взаємодію із зовнішнім середовищем).

Цим ознакам відповідає і людське суспільство. Воно є системною організацією соціальної взаємодії та соціальних зв'язків. Воно здатне до саморегуляції, самовідтворення та стабільності.

Рівні суспільства:

А) глобальна соціальна система (містить людське суспільство, систему міжнародних та регіональних організацій та установ);

Б) суспільство („українське”, „американське” та ін.) у єдності його підсистем (економічна політична, духовна, соціальна) ;

В) сім'я та мала соціальна група як малі соціальні системи.

Соціальна система – впорядковане ціле, що охоплює індивідів, групи, організації, соціальні інститути, спільноти, які об'єднані соціальними зв'язками та відносинами.

Соціальні системи – структурні елементи суспільства.

Функції соціальної системи (Т. Парсонс):

- адаптація (соціальна система повинна адаптуватися до зовнішнього середовища, за це відповідає економіка);
- функція досягнення мети, що виникає як наслідок прагнення до адаптації (політика ставить мету та спонукає членів суспільства працювати на неї);
- функція інтеграції системи (соціальні інститути та звичаї);
- функція збереження порядку (соціальні інститути, які відповідають за соціалізацію – сім'я, школа, релігія).

Основні аспекти розгляду соціальної системи:

А) соціальні спільноти (об'єднання індивідів);

Б) соціальні організації (соціальні статуси та ролі);

В) соціальні інститути (сукупність норм та цінностей, що забезпечують єдність суспільства);

Г) соціальний процес (адаптація до зовнішнього середовища).

Типи суспільств:

1) за способом здобуття засобів для існування:

- суспільства, які живуть полюванням та збиральництвом;
- землеробські суспільства;
- суспільства тваринництва;
- традиційні суспільства;
- промислові (індустріальні суспільства);
- інформаційне (постіндустріальне суспільство).

2) за кількістю рівнів управління та соціальним розшаруванням:

- прості (додержавні утворення, де нема управління та соціальної нерівності);
- складні (державні утворення із соціальною диференціацією та стратифікацією).

3) наявністю письма (дописемні, письменні).

4) за домінуючою релігією.

5) за домінуючою мовою.

Усі соціальні групи суспільства поєднані між собою в межах інституціонального порядку. Соціальна система суспільства – це і є сукупність соціальних груп, пов'язаних між собою усталеними зв'язками інституціонального характеру. Усталені зв'язки становлять соціальну структуру суспільства. В. Ільїн в загальному сенсі мав підстави написати: «Соціальна структура розпадається на два великі блоки: соціальні інститути і соціальні групи, які є атрибутом будь-якого суспільства».

Соціальні групи існують тільки в межах відповідної соціальної системи. Вони набувають свої якості в процесі взаємодії з іншими соціальними групами, що входять до даної соціальної системи. Це не означає, що між соціальними групами та соціальною системою не можуть виникати суперечності. Якби це було так, то суспільство не могло б розвиватися. В реальному житті в соціальних системах можуть співіснувати і співіснують соціальні групи, які є реліктовими утвореннями, що залишилися від попередніх суспільств, групи, пов'язані з домінуючим суспільним виробництвом, і групи, які представляють зародки нового суспільства. Але поки вони співіснують в межах однієї системи, вони впливають одна на одну і формують одна одну.

Початковий крок буде в з'ясуванні природи соціальної групи. Саме «соціальна група» є найбільш загальним поняттям для позначення якоїсь відносно сталої сукупності людей. Решта понять з цього семантичного ряду уточнюють це базове поняття.

Реальними соціальними групами виступають лише ті людські сукупності, відокремлені від решти соціального світу зовнішнім кордоном і внутрішньо структуровані, які є носіями колективної соціальної дії. Для реальної групи притаманна соціальна суб'єктність, тобто здатність до цілепокладання, прояву волі, рефлексії. Це не слід розцінювати як ототожнення групи та особистості. Суб'єктність груп проявляється інакше.

Реальні групи характеризуються такими показниками:

- 1) відокремленість зовнішнім кордоном від решти соціуму та внутрішнє структурування, яке встановлює ієрархію між членами групи, виділяючи в групі регіони лідерства і членства;
- 2) сила зв'язків в групі перевищує силу зв'язків її членів поза межами групи. Будь-яка група пов'язана з виникненням поділу „в групі –поза групою”, який є однією з іпостасей поділу на своїх та чужих;
- 3) члени групи пов'язані певними практиками, які об'єднують їх і дозволяють їм позиціонуватися в соціальній системі. Практики не варто ототожнювати суто з економічною діяльністю, а поділ на групи ототожнювати з поділом праці;
- 4) спільні практики передбачають спільні цінності. Цінності обумовлюють прийняття в групі певних норм, що регулюють стосунки між її членами;

5) ціннісна платформа і нормативна основа взаємодії породжують спільність в свідомості членів групи. Виникає осмислення своїх групових інтересів. Стає можливим виробити механізм прийняття спільних рішень.

Ці ознаки в сукупності є тим механізмом, через який група впливає на поведінку кожного з своїх членів. Саме у цьому сенсі можна говорити, що група має суб'єктний характер.

Соціальні групи можна також ділити на:

- великі та малі;
- тимчасові та сталі;
- великі (існують без безпосереднього контакту між всіма їх членами) та малі (існують за умови безпосереднього контакту між їх членами);
- територіальні (нації, регіональні спільноти, поселенські спільноти) та екстериторіальні (професійні, вікові групи);
- щільні (члени яких концентруються на певній території і не змішуються з членами інших груп) та дисперсні (члени яких розпорошені серед членів інших груп);
- групи з переважанням діахронних зв'язків та групи з переважанням синхронних зв'язків. До перших груп належать етнічні групи. Етнос існує до того часу, поки його члени орієнтуються на спільну історичну пам'ять. Переважно синхронні зв'язки важливі для виробничих чи спортивних колективів;
- за типом групових зв'язків – формальні та неформальні групи;
- за характером членства – з автоматичним членством, з добровільним членством та з примусовим членством.

Соціальні організації в соціології розглядають як елемент соціальної структури.

Соціальна організація – штучно сконструйована спільнота людей заради досягнення певної мети.

Механізми створення соціальних організацій:

- 1) коли досягнення спільної мети можливе лише через досягнення індивідуальних цілей – престиж, заробіток, реалізація здібностей (напр., трудова організація);
- 2) досягнення індивідуальної мети можливе через досягнення спільних цілей (напр., акціонерні товариства, кредитні спілки та ін.).

Соціальні організації – проміжний (між соціальними групами та спільнотами) тип об'єднання людей, який зорієнтований на досягнення певних цілей та формування високоорганізованих структур.

Риси соціальних організацій:

- це соціальна система, що має мету (зовнішню чи внутрішню);
- система, що має пірамідальну структуру (наявність різних соціальних статусів);

- організація створює формальну (адміністративну) соціальну систему, яка залучає до себе індивідів, відповідає за її стабільність та зв'язок із зовнішнім середовищем;
- наявність соціальної нерівності.

Ефективність соціальної організації залежить від синергії (співдружності), суть якої полягає в:

А) спеціалізації (організація очікує, що індивід віддасть весь свій потенціал в точці, що відповідає його соціальному статусу);

Б) синхронності (всі працюють на одну мету).

Фактори впливу на соціальну організацію із зовнішнього середовища:

- соціокультурні;
- держава та політична система;
- ринок та економіка.

Типологія соціальних організацій: формальні та неформальні (Хоторнські експерименти).

Форми соціальної організації:

А) ділові (забезпечують працівника засобами існування);

Б) громадянські союзи та масові організації (цілі – внутрішні, поведінка регулюється уставами, правилами, можливість задовільняти політичні, любительські, соціальні потреби);

В) проміжні організації (союзи із підприємницькими формами: мережі магазинів);

Г) асоціативні організації (добровільні об'єднання): „зелені”, сім'я, наукова школа;

Ґ) організації тотального типу (ізольовані від суспільства та перебувають під наглядом): в'язниці, монастирі та ін.

Соціальні спільноти – форми соціальної життєдіяльності людей, що пов'язані із задоволенням потреб у здійсненні солідарних, скооперованих дій. Зазвичай, соціальні спільноти виникають під впливом об'єктивного ходу суспільства (а не створюються з якоюсь метою).

Соціальні спільноти бувають:

- 1) номінальні – сукупність людей, яка виділена за певною ознакою, але не поєднана внутрішнім зв'язком (наприклад, покупці прального порошку ...). Номінальні спільноти (або соціальні категорії) – штучно сконструйовані для статистичного аналізу групи (посезонна чисельність пасажирів потяга);
- 2) реальні спільноти (виділяють на основі інсуючих ознак: стать, прибуток, національність, шлюб, місце проживання та ін.).

Реальні спільноти існують об'єктивно, усвідомлюються суб'єктивно (у представників спільнот схожі стереотипи поведінки, спосіб життя, ціннісні орієнтації).

Підкласи соціальних спільнот:

- стратифікаційні (касти, стани, класи);
- етнічні (раси, нації, народності, племена, клани);
- територіальні.

Часто соціальні спільноти називають соціальними групами. Проте соціальна група – це сукупність індивідів, які взаємодіють між собою, усвідомлюють свою приналежність до неї і вважаються її членами з точки зору інших людей. В групі головне – соціальний зв'язок, який є сталим та тривалим. Натовп очевидців ДТП не є соціальною групою. Це – агрегація (сукупність людей, які опинилися в одному й тому місці, в один час, але не пов'язані між собою більше нічим). Агрегація ще називається квазігрупою.

Не всі соціальні групи, до яких ми належимо, однаково важливі для нас. Є первинні соціальні групи (з емоційними зв'язками): сім'я, друзі, дослідницька група, студентська група та ін. та вторинні.

Функціонування соціальних груп забезпечується соціальними зв'язками та взаємодіями.

Способи взаємодій:

- безпосередні та опосередковані;
- об'єктивні та суб'єктивні.

Форми соціальних взаємодій:

- А) співвідношення соціальних статусів;
- Б) рольова взаємодія;
- В) владні відносини;
- Г) міжособистісне спілкування.

Типи взаємодій:

- 1) кооперація (взаємодія для досягнення спільної мети та інтересів);
- 2) конкуренція (боротьба за одну мету за умови дефіциту соціокультурних благ);
- 3) конфлікт (свідоме блокування один одного в досягненні цілей, які не співпадають та прагнення довести суперника до поразки);
- 4) акомодация (пристосування до умов та вимог).

Соціальний процес – послідовна зміна станів чи елементів соціальної системи та її підсистем, що виражається в зміні стосунків між людьми та відношень між складовими системи.

Види соціального процесу:

- 1) соціальний процес функціонування (забезпечує відтворення якісного стану соціальної системи);
- 2) соціальний процес розвитку (перехід соціальної системи до якісно нового стану);
- 3) соціальний процес, який стосується об'єктів (класи, суспільства, організації, групи);

4) соціальний процес за мірою управління (стихийний, природно-історичний, цілеспрямований).

Соціальний процес залежить від соціальних змін, які, в свою чергу, залежать від природно-географічного середовища, економічних, політичних, культурних факторів (Е.Гідденс).

Фактори сучасних соціальних змін:

- високий технологічний розвиток, інформаційні технології;
- руйнування традиційних галузей виробництва західної економіки, перенесення основних потужностей виробництва на схід;
- глобалізація;
- зміни в культурі та приватному житті через зміну гендерних стосунків;
- збереження нерівності між багатими та бідними країнами;
- нестабільність міжнародних відносин.

2. За свідченням німецького лінгвіста І. Нідермана, термін „культура” як самостійна лексична одиниця існує лише з XVIII ст. Раніше цей термін зустрічався тільки у словосполученнях, означаючи функцію чогось. Своім походженням слово „культура” (лат. *cultura* – обробіток, виховання, освіта, розвиток, шанування) зобов’язане латинським словам *colo* (зрощувати, обробляти землю, займатися землеробством) та *cultus* – землеробська праця. Отже здавна під культурою розумілись всі ті зміни в оточуючому середовищі, які відбувались під впливом людини, на відміну від змін, викликаних природними причинами.

Поступово термін „культура” почав застосовуватися по відношенню до людей та їх творчої діяльності: він дістав узагальнююче значення і ним стали називати все створене людиною.

Культура виступає предметом дослідження багатьох наук. Але соціологічний підхід до вивчення культури має свою специфіку, яка полягає у дослідженні не поодиноких, а всіх можливих форм зв’язків і культурного, і соціального. В соціології розрізняють культуру в широкому значенні цього слова як соціальний механізм взаємодії особистості і соціальної спільноти з середовищем проживання (сукупність засобів, форм, взірців та орієнтирів, що генетично не наслідуються, виробляються людьми в процесі спільного життя та забезпечують передавання досвіду і розвиток перетворюючої діяльності) і в вузькому розумінні (система цінностей, переконань, зразків і норм поведінки, притаманних певній соціальній групі, спільноті і людству в цілому).

Культура розглядається в соціології як складне динамічне утворення, що має соціальну природу і знаходить вираз у соціальних відносинах, скерованих на створення, засвоєння, збереження і розповсюдження матеріальних предметів і духовних феноменів. На думку харківських соціологів, нині фіксуються три основні сфери прояву людської культури:

- ставлення людей до природи (передбачає гармонію зв'язків між людиною і природою);
- ставлення до інших людей (має на меті оптимізацію міжособистісних, міжетнічних, міждержавних відносин, створення культурного клімату взаємовідносин в колективі, сім'ї, в побуті);
- ставлення людини до самої себе (скероване на самопізнання, і самовиховання, самовдосконалення, саморозвиток).

Структурні елементи культури.

Соціологія культури має свою розгалужену систему понять і категорій. Дослідниками, перш за все, розробляється питання про складові культури або її основні елементи. До них, звичайно, відносять поняття і уявлення, зразки поведінки, цінності і норми; в окремих випадках до них додають мову, ідеологію та інші елементи.

Більшість соціологів вважає ядром культури систему цінностей і норм. У цьому контексті культура визначається як певна система важливих для людини смислових комплексів - цінностей, які здатні виступати регулятивними принципами індивідуальної та групової поведінки.

Поведінка людей в суспільстві визначається, насамперед, їх орієнтацією на певні цінності. В одному й тому ж суспільстві далеко не всі люди притримуються однакових для всіх цінностей, по-різному ставляться і сприймають добро і зло, рівність свободу, справедливість. Одні люди є прибічниками індивідуалізму, інші – колективізму; для одних головне в житті – кар'єра, для інших – багатство, для третіх – чесність і порядність. Але це не означає, що у суспільства або соціальної групи не може бути спільних соціальних цінностей, які вони висувають, стверджують і захищають.

Цінності - загальноприйняті переконання щодо цілей, до яких людина повинна прагнути. Вони складають основу моральних принципів. Наприклад, в християнській моралі – це діалог, Десять заповідей, що передбачають збереження людського життя („не вбивай”), подружню вірність („не чини перелюбу”), повагу до батьків („шануй свого батька і матір свою”) тощо.

Соціологи у визначення цінностей підкреслюють не лише наявність в системі цінностей певних переконань з приводу мети життя, але й думок про основні шляхи і засоби, що ведуть до досягнення цих цілей. Іншими словами, для них соціальні цінності відповідають на питання, як ставитись до того, що вже є або має бути.

Серед цінностей виділяють:

- смисложиттєві (уявлення про добро і зло, щастя, ціль і сенс життя);
- вітальні (від лат *vitalis* – життєвий; це цінності життя, здоров'я особистої безпеки, добробуту, сім'ї; цінності освіти, кваліфікації, правопорядку та ін.);

- цінності суспільного визнання і покликання (любов до праці, соціальне становище, служіння громаді і людям);
- цінності міжособистісного спілкування (чесність, безкорисливість, доброзичливість);
- демократичні цінності (права людини, свобода совісті, слова, переконань, вірування, свобода політичного вибору, національний суверенітет);
- партикулярні цінності (прив'язаність до малої батьківщини, сім'ї, віра в Бога, прагнення до Абсолюту).

Соціальні норми є похідними від цінностей і ґрунтуються на них. Під соціальними нормами розуміються правила поведінки, очікування і стандарти, які регулюють поведінку людей, суспільне життя у відповідності з цінностями певної культури та зміцнюють стабільність і єдність суспільства. О. Якуба визначає норми як такі, що відображають загальні вимоги суспільства, конкретних соціальних спільнот до поведінки їх членів. Це волевияв, що дає змогу здійснювати соціальний контроль і дає зразок поведінки. Додержання цих норм забезпечується в суспільстві звичайно шляхом застосування соціальних заохочень і соціальних покарань (або позитивними і негативними санкціями).

Соціокультурні зразки поведінки пов'язані та закріплені в обрядах, звичаях і традиціях.

Обряди – це сукупність символічних стереотипних колективних дій, що втілюють в собі ті чи інші соціальні ідеї, уявлення, норми і цінності і викликають певні колективні почуття.

Звичаї являють собою форми регуляції діяльності і відносин людей, які відтворюються у певному суспільстві, соціальній спільноті і групі і є звичними для неї, їх членів. Звичаї – це неписані правила поведінки.

Традиції функціонують в усіх соціальних системах, будучи необхідною умовою їх життєдіяльності, є елементами соціокультурної спадщини, які передаються з покоління в покоління. М. Вебер вважав, що типовими зразками орієнтації людей у різних сферах соціального життя виступають етичні вчення головних світових релігій. Існує певна типологія таких соціокультурних зразків у кожному суспільстві (типи героїв у міфології і релігії, соціокультурні зразки для молоді в стилі життя).

Соціокультурні уявлення – це регулятиви, що формуються на особистісному рівні на основі повсякденного досвіду; це первинні орієнтації в просторі культури суспільства, соціальної спільноти або групи. Кожне конкретне суспільство має свої специфічні уявлення про те, що є корисним, дозволеним, важливим, а що – шкідливим, забороненим і неважливим; яких традицій і звичаїв дотримуватись, а яких ні; які зразки поведінки варті визнання, а які мають бути відкинутими.

Поняття створюються на базі уявлень і містяться, передусім, у мові; завдяки ним стає можливим впорядкувати досвід людей. Поняття - це думки, ідеї, знання, що відображають в узагальненій формі предмети і явища дійсності через фіксацію їх ознак (наприклад, форму,

колір, смак предметів оточуючого світу). Мова – це форма накопичення, збереження і передавання людського досвіду, система понять, наділених певним значенням. Люди засвоюють ці значення в процесі виховання і навчання, що дозволяє їм розуміти сенс сказаного і написаного.

Н. Смелзер відводить мові особливе значення у системі культури. Всі елементи культури можуть бути висловлені в мові. Н. Смелзер підкреслює, що мова – явище соціальне, нею неможливо оволодіти поза соціальною взаємодією, без спілкування з іншими людьми. Мова бере участь також у процесі надбання і організації досвіду людей, вона виробляє загальноприйняті значення. Спільна мова підтримує згуртованість суспільства і соціальних спільнот, сприяє формуванню почуття групової єдності, групової ідентичності. Але мова здатна і розділяти людей. Соціолог наводить приклад Канади, де мова є головним символом антагонізму між англо- і франкомовним населенням. Тому мова може стати важливою політичною проблемою: згадаймо наміри франкомовної провінції Квебек відмежуватись від Канади і утворити самостійну державу. У 1996 р. прихильникам такого розв'язання проблеми цілісності Канади не вистачило лише одного відсотка голосів людей, що брали участь у референдумі. Мовна ситуація в Україні також виступає важливим чинником політичного життя і тісно пов'язана із наявними типами субкультури – російськомовною і українськомовною.

Соціокультурна ситуація в сучасній Україні.

Серед особливостей соціокультурної ситуації в Україні виділяють наступне:

- зміна соціальної орієнтації та ідеалів, новий соціальний вибір;
- переоцінка цінностей і формування їх нової ієрархії;
- акцент на цінності особистості;
- зростання ступенів свободи, багатоманітності та строкатості напрямів духовного життя як однієї з умов поновлення самодостатнього розвитку культури;
- зняття „жорсткого” ієрархічного управління сферою культури і зростання самостійності розвитку культури в регіонах країни;
- формування нової інфраструктури сфери культури і нових принципів управління нею;
- формування нових соціально-духовних потреб, шкал і критеріїв оцінки явищ культури та мистецтва, нових смаків і уподобань, поява нових елементів способу життя;
- нові відносини між учасниками культурного життя (в художньому житті між митцем, публікою, критикою та громадськістю);
- зміна статусу, а відповідно й ролі та функцій культури національної, яка стає одним з визначальних факторів прогресу суспільства, розвитку його державності;
- зміна соціального статусу релігії та зростання її впливу на мораль суспільства.

Що ж до якісних характеристик сучасного стану культури в Україні, то їх можна згрупувати в такий спосіб:

- співіснування в одному культурному просторі двох культур із неоднаковими можливостями: російської чи російськомовної та української, коли виразно проявляються тенденції до подальшої русифікації в багатьох сферах суспільного життя, зокрема інформаційно-комунікативній.
- співіснування явищ культурного етноцентризму та культурного космополітизму;
- поширення „вестернізації” та „американізації” з орієнтаціями переважно на взірці західної масової культури;
- творення сурогатної культури в усіх її проявах, яка позбавлена найсуттєвішого – етнічного колориту, етнічної неповторності як вагомої естетичної прикмети високості, цивілізаційності;
- проникнення ринкових відносин у сферу культури, що призводить до її дальшої комерціалізації;
- зростання рівня релігійності населення країни знаходило прояв як у збільшенні кількості членів традиційних релігійних громад, так і в дедалі більшому поширенні нетрадиційних релігійних організацій.

Можна назвати декілька причин кризового стану сфери культури в Україні. Це, насамперед, зменшення державної підтримки, а також таке негативне явище, як географічна неоднорідність культурного простору. На відміну від монокультурних країн-сусідів (наприклад, Польщі) український культурний простір характеризується внутрішньою суперечливістю, оскільки в ньому можна вирізнити принаймні три соціокультурні середовища: україномовне українське, російськомовне українське і російськомовне російське. Ще досить помітними лишаються відмінності між першим і третім з них, розташованих на географічних полюсах України (Схід – Захід), що дає підставу деяким авторам наголошувати на існуванні „двох Україн”.

3. Предмет дослідження, основні поняття та категорії соціології особистості.

Соціологія особистості – спеціальна соціологічна теорія, що досліджує широке поле питань взаємозв’язку особистості з суспільством, соціальними спільнотами і групами. Вона також вивчає проблеми міжособистісних відносин людей у процесі їх соціалізації, закономірності й тенденції засвоєння різноманітних форм людської діяльності, спілкування тощо. Серед основних термінів, якими послуговуються в соціології особистості наступні:

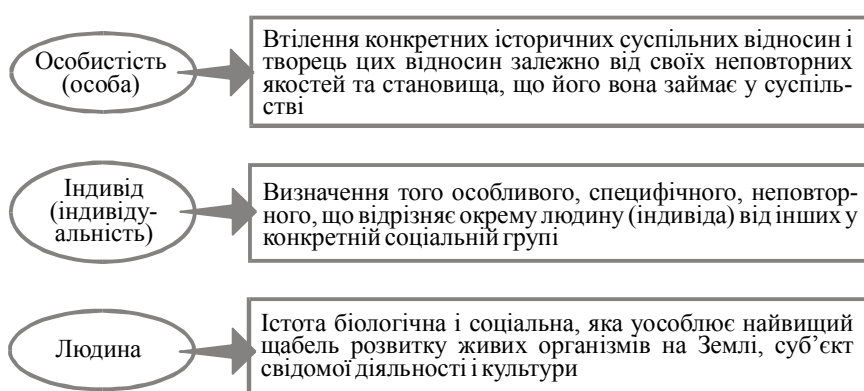
- „людина” – вживається як родове поняття, що вказує на приналежність до людського роду (біологічного виду „*Homo sapiens*”). Це поняття вказує на якісну відмінність людини від інших живих істот і слугує для характеристики всезагальних, притаманних усім людям якостей і особливостей;

- „індивід” вживається у значенні „конкретна людина”, одиничний представник людського роду;

- „особистість” слугує для характеристики соціального в людині. Якщо людина – це, перш за все, продукт природи, то особистість – продукт суспільства. Особистість – усталений комплекс якостей і властивостей людини, які набуваються під впливом відповідної культури суспільства і конкретних груп і спільнот, до яких вона належить і до життєдіяльності яких включається.

„індивідуальність” означає те особливе і специфічне, що вирізняє одну людину з-поміж інших, включно з її природними і соціальними, фізіологічними і психічними, успадкованими і набутими якостями.

РІЗНИЦЯ МІЖ ПОНЯТТЯМИ ЛЮДИНА, ІНДИВІД, ОСОБИСТІТЬ



Предмет розгляду соціології особистості – дослідження її як об'єкта та суб'єкта соціальних відносин на рівні взаємозв'язків із соціальними спільнотами.

Як об'єкт соціальних відносин особистість характеризується за допомогою таких понять:

- соціалізація (про що ще йтиметься);
- соціальна ідентифікація – усвідомлення особистістю своєї належності до певної спільноти;
- рольова ідентифікація – прийняття суспільно заданих функцій і групових вимог як таких, що відповідають інтересам і потребам суб'єкта.

Як суб'єкт соціальних відносин особистість розглядається соціологічною теорією через систему таких понять:

- самоусвідомлення особистості, тобто усвідомлення власної самобутності в межах соціуму;
- нормативна свідомість і система ціннісних орієнтацій (сприйняття і оцінка соціальної діяльності, поведінка за конкретних умов);
- потреби, мотивації, соціальні установки, соціальна поведінка (поняття соціальної психології).

Соціальний статус та соціальна роль особистості

З'ясування місця і ролі особистості в соціальній системі можливе через розкриття поняття „соціальний статус”.

Соціальний статус особистості – це її позиція в соціальній системі, пов'язана з належністю до певної соціальної групи чи спільноти, сукупність її соціальних ролей та якість і ступінь їх виконання.

Він охоплює характеристику становища індивіда в суспільстві: професію, кваліфікацію, освіту, посаду, матеріальне становище, наявність влади, партійну і профспілкову належність, ділові відносини, належність до демографічних або етнічних груп (національність, релігійність, вік, сімейне становище, родинні зв'язки). Усе це Р. Мертон називає „статусним набором”. Соціальні статуси поділяються на привласнені, або одержані незалежно від суб'єкта, найчастіше від народження (раса, стать, вік, національність) і досягнуті, або надбані власними зусиллями індивіда (сімейне становище, професійно-кваліфікаційний рівень тощо). Серед статусів вирізняють інтегральний та допоміжні. Іноді їх взаємодія може спричинити внутрішньоособистісні конфлікти.

Соціальна роль – типова поведінка людини, пов'язана з її соціальним статусом та не викликає негативної реакції соціального середовища.

Людина в суспільному житті, як правило, виконує кілька соціальних ролей, які утворюють, за термінологією Р. Мертона, „рольовий набір”. Соціальні ролі можуть закріплюватися формально (через посередництво закону чи іншого правового акту) або мати неформальний характер (моральні норми поведінки в певному суспільстві).

Одна з перших спроб систематизації соціальних ролей належить Т. Парсонсу, на думку якого їх характеризують:

- емоційність (одна роль вимагає емоційної стриманості, інша – цілковитої розкнутості);
- спосіб одержання (одні ролі притаманні особистості від народження, інші виборюються нею);
- масштабність (сформульовані й суворо обмежені або нечіткі й розмиті);
- ступінь формалізації (дія за жорстко встановленими правилами і приписами або довільна дія);
- характер і скерованість мотивів (орієнтовані на особисте або загальне благо).

Про соціальну роль йдеться тоді, коли за тривалої соціальної взаємодії регулярно відтворюються певні стереотипи поведінки. Тобто роль є окремим аспектом цілісної поведінки. Конкретні індивіди виступають у багатьох ролях. Суперечності між окремими соціальними ролями породжують рольові конфлікти, як внутрі-, так і міжособистісні. Вони часто виступають як боротьба мотивів діяльності, що свідчить не тільки про існування ієрархії соціальних статусів, а й про ієрархію соціальних ролей. Вільний вибір особою першочерговості реалізації певних мотивів є відносним, оскільки людина перебуває під тиском соціальних функцій, статусів і ролей, завдяки чому стає частиною суспільства, соціальної спільноти. Сукупність соціальних ролей особистості відображає соціальні

відносини в суспільстві. Соціальний статус і соціальна роль є основними поняттями рольових теорій особистості.

Автори рольової теорії особистості Д. Мід, Р. Мертон та інші визнають залежність соціальної ролі людини як істоти соціальної від очікувань інших людей, пов'язаних з їх розумінням соціального статусу конкретної особистості. Розбіжність між уявленнями про соціальну роль тієї чи іншої особистості та її реальною поведінкою є основою соціальних конфліктів, що мають міжособистісний характер. Внаслідок виконання людиною кількох соціальних ролей, несумісних між собою, може виникнути внутрішній конфлікт особистості. Його наслідком, як правило, є стрес. Саме у виявленні передконфліктних і передстресових ситуацій або підстав для цього, а також у пошуках конкретних шляхів гармонізації соціальних ролей і полягає роль соціології.

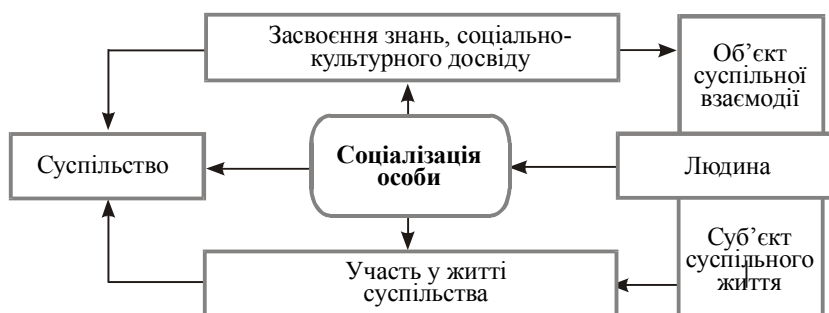
Поняття соціалізації та її основні компоненти

Соціалізація – складний і тривалий процес включення індивіда до системи соціальних зв'язків та відносин, його активної взаємодії людьми, у результаті якої індивід засвоює зразки поведінки, соціальні норми та цінності. Це процес входження (включення) індивіда в соціум, що зумовлює зміни в соціальній структурі особистості. Останнє спричинене активністю людини та її здатністю не лише засвоювати при взаємодії з середовищем його вимоги, а й змінювати його, визначати власний „життєвий світ”. З одного боку, особистість зазнає впливу суспільства і відбувається процес інтеріоризації – включення соціальних норм і цінностей у внутрішній світ людини. З іншого, людина сама впливає на світ і тому маємо зворотний процес – екстеріоризацію, тобто об'єктивацію внутрішнього світу людини в її поведінці, діяльності.

Механізм соціалізації особи — поєднання чинників, що характеризують умови соціального середовища, з чинниками, які характеризують індивіда

- Засвоєння особою мови соціальної спільності
- Способи і методи мислення, властиві особі
- Форми раціональності й почуттів
- Прийняття особою норм, цінностей, традицій, методів діяльності
- Система навчання і виховання

В процесі соціалізації відбувається соціальна адаптація індивіда (до соціально-економічних умов, до рольових функцій та соціальних норм, до соціальних груп і соціальних організацій, які виступають в якості його життєвого середовища).

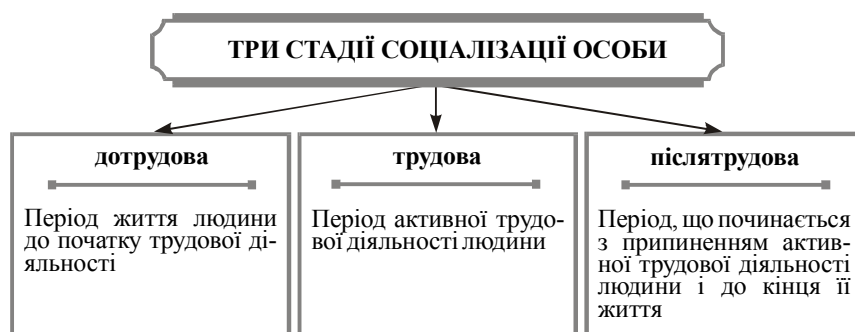


Основні компоненти процесу соціалізації:

1) фактори соціалізації:

ОСНОВНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИ
<ul style="list-style-type: none">• Сукупність ролей і статусів, що їх пропонує суспільство людині• Сукупність соціальних інститутів, суспільних організацій, соціальних спільностей, у межах яких індивід виконує свої ролі• Сукупність соціальних цінностей, норм, знань, звичок, навиків, якостей, котрі людина набуває, щоб реалізувати свої ролі• Соціальне середовище, яке включає соціальні інститути, технології виробництва, відтворення і передачі культурних зв'язків• Конкретні події, соціальні явища і процеси, якими зв'язана конкретна людина

2) основні стадії соціалізації: рання (від народження до школи), навчання (з моменту вступу до школи до моменту закінчення очних форм загальної і спеціальної освіти), соціальна зрілість (період активної трудової і суспільно-політичної діяльності), завершення життєвого циклу (з моменту припинення постійної трудової діяльності в межах офіційних організацій). Іншим варіантом поділу стадій соціалізації може бути наступне: дотрудова стадія, трудова та післятрудова.



4) агенти соціалізації – люди і установи, які відповідають за навчання культурних норм і засвоєння соціальних ролей. Бувають: агенти первинної соціалізації (батьки, родичі, однолітки, вчителі, тренери, лікарі і т.д.) та агенти вторинної соціалізації (представники адміністрації школи, університету, підприємства, церкви, ЗМІ та ін.).

Тема 2. Соціальна взаємодія та повсякденне життя

План

1. Необхідність дослідження повсякденного життя.
2. Невербальна комунікація.
3. Вербальна комунікація.
4. Соціальний простір.

1. Ми щодня зіштовхуємося на вулиці з великою кількістю людей, обмінюємося з ними короткими поглядами на відстані, але перебуваючи вже близько, відводимо погляд. Це – „громадянська неухважність” (Ірвін Гоффман), яку ми очікуємо від інших людей. Вона відрізняється від ігнорування. Таким чином ми даємо іншій людині зрозуміти, що ми її помітили, але не будемо робити нічого, щоб не здатися нав'язливим. Така поведінка є не

усвідомлена, але має фундаментальне значення в нашому житті. Така поведінка, однак, не застосовується між закоханими, близькими людьми, а лише з незнайомцями. Навіть близькі люди мають слідкувати за своїм поглядом в бесіді.

Причини вивчення повсякденного життя:

- рутина щоденного існування є більшою частиною соціальних дій. Наше життя складається з одноманітних поведінкових ритуалів, які постійно повторюються. Щоденні заняття і взаємодії з іншими людьми визначають структуру і форму того, що ми робимо. Вивчаючи їх, можна багато дізнатися про життя людини як соціальної істоти та й про саме соціальне життя;

- аналіз соціальної взаємодії в повсякденності розкриває діяльність соціальних систем та інститутів.

2. Невербальна комунікація.

Соціальна взаємодія містить різні форми невербальної комунікації (вирази обличчя, жести, рухи), які ми використовуємо для підкреслення, підсилення та розширення того, що висловлене.

Обличчя та емоції

Пол Екман та його колеги розробили систему, яку назвали Системою кодування виразу обличчя, для опису руху лицевих м'язів, які визначають вираз обличчя. Вони намагалися з'ясувати суперечливість інтерпретацій того, як ідентифікувати та класифікувати емоції. Екман і Фрісен вивчали ізольовану общину в Новій Гвінеї, члени якої не мали контактів із західною культурою. Вирази обличчя, які відповідають 6 основним емоціям (щастя, засмучення, злість, страх, подив, відраза), виявилися такими ж для общини (треба було розпізнати емоцію по картинках із різними виразами обличчя). Згідно з Екманом, це доводить, що емоції, які передаються виразами обличчя та їх інтерпретація є вродженими. Дослідники також визначили набір дискретних рухів м'язів обличчя і новонароджених, які схожі на вираження емоційного стану в дорослих (наприклад, ми однаково реагуємо на кисле). Проте дуже важливими також є, крім вроджених факторів, індивідуальні та культурні чинники (манера посміхатися, тривалість посмішки та ін.).

Не існує, однак, жестів чи особливостей пози, які використовуються, чи використовуються однаково, у всіх чи хоча б більшості культур. Жести, вираз обличчя, пози використовуються в якості додатку до слів, а також для передачі смислу, якщо в дійсності нічого не говориться. Невербальні мимовільні сигнали можуть дати побачити невідповідність того, що говориться і того, що є насправді (наприклад, людина червоніє, відводить погляд). Зазвичай, справжній вираз обличчя зберігається протягом 4-5 секунд, якщо ж це триває довше – можливий сигнал про нещирість, або використовуються в якості жарту, пародії, для виявлення іронії чи скептицизму.

“Обличчя” та культура

Ми багато уваги в повсякденності приділяємо „збереженню обличчя” („обличчя” в широкому значенні), що називають також „вихованістю”, „етикетом”. В декого це професійна необхідність (дипломати, гравці в покер, а дехто просто вміє це робити майстерно, постійно себе контролюючи).

3. Соціальні правила, бесіди та розмова

У мовному спілкуванні найчастіше зустрічається розмова – нерегулярний вербальний обмін, що відбувається в неформальних бесідах з іншими людьми. Найбільш відомі дослідження цієї сфери Гарольда Гарфінкеля, засновника етнометодології.

Етнометодологія – вивчення „етнометодів” (народних чи повсякденних методів), якими люди неусвідомлено користуються для того, щоб осмислити дії та мовлення інших. Ми можемо зрозуміти зміст розмови правильно лише тоді, якщо знаємо контекст ситуації, який не проявляється в самих словах.

Взаємне розуміння

Досліди Гарфінкеля

Фонові очікування, за посередництва яких організуються буденні розмови, були основною темою в експериментах Гарфінкеля зі студентами-добровольцями. Студенту слід було втягнути в розмову незнайому людину і з’ясувати смисл кожної репліки, які той казав. Така деталізація дратує співрозмовника. Таким чином, те, що виглядає простою розмовою, виявляється фундаментальним каркасом буденного життя.

Форми розмови

Слухати диктофонний запис власного мовлення – несподівані відкриття. Наші розмови більш неграмотні та незв’язні, ніж ми думаємо.

Помилки та обмовки

Реакції-вигуки

Деякі репліки не є мовою, а складаються з незрозумілих вигуків.

Обмовки

В дослідженнях „психопатології буденного життя” З.Фрейд проаналізував численні приклади різного роду словесних ляпсусів, які не є випадковими. Всі вони – симптоми внутрішніх конфліктів, коли наше підсвідоме впливає на наші свідомі слова та вчинки.

Ситуації та обставини

Повсякденне життя – серія зіткнень з іншими людьми в різних ситуаціях та обставинах. Межі зіткнень особливо важливі у випадку, коли вони сильно відрізняються від звичних процедур, або є неясність щодо того, що відбувається. В обмеженому просторі (наприклад, ліфті) важко або неможливо обмежити фокусовану взаємодію, тому мусимо приймати „нечуючі” та „небачачі” форми.

Управління враженням

Гоффман розглядає повсякденність як п'єсу (драматургічна модель).

Передній та задній плани

Гоффман ділить життя на передній і задній план. Передній план – це соціальні ситуації чи зіткнення, в яких виконуються формальні чи стилізовані ролі, люди ніби грають у виставі. Задній план там, де займаються реквізитом та готуються до взаємодії в більш формальних обставинах. Наша поведінка „за сценою”, „за кадром” інакша.

Адаптація до ролей: випробування інтимного характеру (візит до гінеколога)

4. Зіткнення та особистий простір

В західній культурі люди, які беруть участь в фокусованій взаємодії, зберігають дистанцію приблизно 90 см. Едвард Т. Холл, який досліджував невербальну комунікацію, розрізняє чотири просторові зони, які виникають при особистому спілкуванні. Інтимна дистанція (45 см) предназначена для невеликої кількості соціальних контактів, в яких допускаються регулярні доторки (батьки і діти, закохані). Особиста дистанція (45-120 см) – звична відстань при зіткненнях між друзями та достатньо близькими людьми (обмежена інтимність). Соціальна дистанція (120-360 см) зазвичай зберігається при формальній взаємодії (інтерв'ю). Публічна дистанція – понад 360 см – для виступів перед аудиторією.

В повсякденному житті найчастіше порушуються інтимна та особиста. Тому ми намагаємося їх відвоювати (погляд, лікоть, чи фізична перешкода).

Взаємодія в часі та просторі

Всі наші взаємодії розташовані в певному місці та протягом певного часу. Соціальні географи запропонували цікаве поняття просторово-часової конвергенції (з вдосконаленням транспортних систем відстані „скорочуються”).

Ми можемо зрозуміти, яким чином соціальна діяльність розподілена в часі та просторі за допомогою концепції регіоналізації (наприклад, будинок чи квартира регіоналізований на кімнати, коридори, поверхи, де ми перебуваємо в різний час і займаємося різними видами діяльності, часом деякі кімнати можуть бути „заднім планом”)

Годинниковий час

Відкриття годинників привело до зонування людської діяльності, створення міжнародних транспортних систем та комунікацій. Світового стандарту часу не існувало до 1884 года, до міжнародної конференції в Вашингтоні, на якій світ був розділений на 24 часові пояси, а також було встановлено точний початок загального дня.

Часова географія

Розроблена шведським соціальним географом Торстеном Хагерстрандом, який називає свій підхід „часовою географією”, хоча в дійсності його концепція пов'язана з переміщеннями в просторі та часі. Часова географія аналізує фізичні умови (вулиці, будинки, дороги, райони)

нашої соціальної діяльності, намагаючись з'ясувати, яким чином вони визначають щоденні та щотижневі переміщення індивідів та груп.

Просторово-часові обмеження

Щоденні дії визначаються трьома видами просторово-часових обмежень: 1) обмеження фізичних можливостей людини (ті, хто працюють поза домом, транспортом добираються додому, щоб готувати та їсти, спати); 2) обмеження взаємодії (стан та загруженість доріг); 3) обмеження, які встановлюються владою (людина живе там, де може жити фінансово, може будувати будинок там, де є дозвіл).

Зонування

Просторова міграція з села в місто супроводжувалася „міграцією” у всі часові зони: вечір та ніч. Крім того, має місце просторово-часове зонування: нічна активність в одному районі вимагає активності в інших.

В одному дослідженні вивчалась просторово-часова організація центральних районів Бостона в США. Цикли використання цих районів можна представити у вигляді 4 часових типів:

1. Безперервне використання: райони постійного використання.
2. Евакуація: райони, які порожні вночі.
3. Окупація: активність в основному в нічний час.
4. Переміщення: переміщення при зміні часу доби.

Тема 3. Девіація та соціальний контроль

1. Поняття соціальної девіації.
2. Причини девіації.
3. Типи девіацій.
4. Соціальний контроль.

1. Девіантність визначається відповідністю чи невідповідністю вчинків соціальним очікуванням. Однак, остаточно її визначити важко тому, що: 1) критерії девіантності дуже неоднозначні (переходити вулицю в недозволеному місці – девіація?); 2) очікування, які визначають девіантну поведінку, з часом змінюються; 3) різна оцінка людьми очікувань з точки зору законності та правильності (наприклад, різні думки щодо продажу марихуани), бо в сучасному суспільстві те, що для одного – девіація – для іншого – норма.

Всі ці фактори свідчать про те, що недопустимо навішувати ярлик девіації на якийсь вид поведінки, при всіх обставинах. Хоча є безумовні девіації (відмова від спілкування з іншими людьми протягом тривалого часу (за винятками релігійного ритуалу), інцест, зґвалтування).

Відкинувши моралізаторство та емоції, варто розглядати девіацію такою ж „нормальною” формою поведінки, як і конформізм. Той факт, що суспільство створює

стандарти (очікування) поведінки, свідчить про те, що воно їм не завжди відповідає.

Девіація може розглядатися як відхилення від групової норми, яке тягне за собою ізоляцію, лікування, ув'язнення чи інше покарання для порушника.

Основні компоненти девіації:

- 1) людина з певною поведінкою;
- 2) очікування чи норма, що є критерієм оцінки девіантної поведінки;
- 3) інша людина, група людей чи організація, які реагують на поведінку.

2. Причини девіації

Біологічне пояснення

Вкінці XIX ст. італійський лікар Чезаре Ломброзо виявив зв'язок між кримінальною поведінкою та певними фізичними рисами людини. Він вважав, що люди схильні до певних типів поведінки через свій біологічний склад. „Кримінальний тип” є результатом деградації до більш ранніх стадій людської еволюції та має такі характерні риси: нижня щелепа, яка виступає, рідка борідка, знижена чутливість до болю.

Вільям Х. Шелдон (відомий американський психолог та лікар) підкреслював важливість будови тіла для наявності характерних особистісних рис. Ендоморфи (люди помірної повноти з м'яким заокругленим тілом) комунікабельні, вміють контактувати з людьми та люблять задовільнити свої бажання. Мезоморфи (сильні стрункі) неспокійні, активні та не надто чутливі. Ектоморфи (худі, тендітні) схильні до самоаналізу, надміру чуттєві та нервозні. Шелдон вважає, що найбільш схильні до девіацій мезоморфи, хоча вони не завжди стають злочинцями.

Такі біологічні концепції були витіснені в XX ст. Зокрема, були отримані дані, що шизофренія зумовлена генетичною схильністю. Якщо дитину ображати за малий зріст, то біологічний фактор є лише додатковим, бо злість буде попродукватися образами.

Психологічне пояснення

Психоаналітики пов'язують девіантну поведінку з психічними розладами та відхиленнями. Проте і такий підхід не дає повної відповіді. Психологи та соціологи сходяться на думці, що особливості особистості і мотиви її вчинків здійснюють вплив на всі види девіантної поведінки. Сама ж девіантність виникає в результаті поєднання багатьох соціальних та психологічних факторів.

Соціологічне пояснення

Соціологічне пояснення враховує також соціальні та культурні фактори, на підставі яких людей вважають девіантами.

Теорія аномії

Соціальна дезорганізація (аномія) – причина девіантної поведінки.

Теорії аномії продовжилася в понятті „соціальних оброчів” Треваса Хірші (1969): чим більше люди вірять в цінності суспільства, тим активніші вони в своїй діяльності, прив’язані до батьків, школи, друзів, а, отже, менша ймовірність, що вони вчинять девіантні вчинки. Проте, ряд інших досліджень поставили під сумнів висновки Хірші, бо виявилось, що прив’язаність до друзів сприяє до правопорушень (бо групи ровесників можуть це заохочувати).

Теорія аномії Р. Мертона

Причиною девіації є розрив між культурними цілями суспільства та схваленими засобами їх досягнення (не всі можуть стати багатими завдяки освіті та роботі, хтось обирає злочинний шлях).

Культурологічні пояснення

Культурні теорії девіації роблять акцент на аналізі культурних цінностей, які сприяють девіаціям. Селлін (1938) підкреслював, що девіація виникає в результаті конфліктів між нормами культури, інтереси групи не завжди відповідають інтересам суспільства. Міллер (1958) поглибив ідею Селліна та стверджував, що існує яскрава субкультура нижчого прошарку суспільства, одним із проявів якої є злочинність. Девіація має місце там, де індивід ідентифікує себе з субкультурою, норми якої суперечать нормам домінуючої культури. Проте не всі стають злочинцями через те, що люди сприймають цінності, які сприяють девіації, в ході спілкування з їх носіями, бо злочинності навчаються (диференційована асоціація Едвіна Сатерленда, 1939), в першу чергу від рідних та близьких. Частота контактів з девіантами, а також їх кількість та тривалість впливають на інтенсивність засвоєння девіантних цінностей. Чим молодша людина, тим більше вона до цього схильна.

Теорія стигматизації (навішування ярликів, клеймування)

Говард Беккер в своїй книзі "Аутсайтери" (1963) відкидає багато психологічних та соціологічних варіантів пояснення через те, що вони будуються на „медичній моделі” – девіант в певному розуміння „хворий”. Проте ми упускаємо політичний аспект. Девіація зумовлена здатністю впливових груп суспільства (законодавці, судді, лікарі та ін.) нав’язати іншим певні стандарти поведінки. Соціальні групи створюють девіацію, слідуючи цим правилам. Порушення правил вважається девіацією. Хто їх не виконує, той отримує ярлик „аутсайдера”. Тому девіація не є якістю вчинку, а наслідок застосування людьми правил та санкцій проти „порушника”. Наприклад, психіатри встановлюють межі норми. В суспільствах є „борці за справедливість”, які організують „хрестові походи” проти „чогось”, часом можуть з’явитися нові правила, а, отже, й нові девіанти.

Конфліктологічний підхід. „Радикальні кримінологи”

Створення в суспільстві законів та підпорядкування їм є частиною конфлікту, який відбувається в суспільстві між різними групами. Остін Турк (1969) навів аргумент: коли

виникає конфлікт між владою та деякими категоріями громадян, влада зазвичай обирає варіант примусових дій (садимо у в'язниця за крадіжку курки, а не мільярдів). „Радикальна кримінологія” аналізує сутність законодавчої системи, а не девіантів, яких розглядають як бунтарів проти системи.

3. Типи девіацій (Р.Мертон)

Тип адаптації	Цілі суспільства	Законні засоби досягнення
Конформізм (не девіація)	+	+
інновація	+	- (рекет, шантаж)
ритуалізм	-	+ (паперова бюрократія)
ретреатизм	-	- (бомжі, наркомани)
бунт	-	- (нова ідеологія)

Девіація як процес розвитку

Стадії в розвитку девіантної поведінки:

- 1) створення норм у суспільстві;
- 2) сутність норм (різні за мірою строгості, контролю з боку людини, груп, організацій, держави, чіткі, розмиті, норми, які передбачають можливість вибору, більш чи менш важливі).
- 3) норми-правила та норми-очікування. Норми-правила – найважливіші в суспільстві, їх порушення тягне за собою суворе покарання та контролюється законом.
- 4) вчинення девіантних вчинків. Девіація значно поширеніша, ніж вона представлена в статистичних звітах.
- 5) визнання вчинку девіантним;
- 6) визнання людини девіантом;
- 7) стигматизація (люди з вадю (фізичною, психічною) часто піддаються покаранням, ізоляції чи приниженню)

наслідки стигматизації. Коли людину визнають девіантом та поводяться з нею певним чином, як вона на це реагує? Відбувається процес рольового поглинання, який залежить від ставлення до людини інших людей. Дослід Філіпса показав, що люди надають перевагу мати справу з тими, хто не потребував психіатричної допомоги не залежно від стадії захворювання людини.

Коллективні форми девіації

4. В дослідженнях девіації соціальний контроль означає зусилля оточуючих, які спрямовані на попередження девіантної поведінки, покарання девіантів та їх виправлення.

Не зважаючи на те, що люди часто порушують соціальні стандарти, в більшості вони конформні, що є результатом соціалізації. Оскільки соціалізація ніколи не є ідеальною, соціальний контроль має регулювати виконання стандартів суспільства.

Методи соціального контролю (Т.Парсонс)

- 1) ізоляція (відлучення девіанта від інших без можливості реабілітації)
- 2) відособлення (обмеження контактів з іншими людьми, але не повна ізоляція з можливістю повернення в суспільство та виконання його норм).

Формальні та неформальні методи соціального контролю

Неформальний контроль (неофіційний) – в малих соціальних групах, формальних – у великих групах.

Кросбі (1975) виділив 4 основні типи **неформального контролю**:

- соціальні винагороди (посмішки, схвалення, нагороди та ін.) заохочують конформність та непрямо засуджують девіацію;
- покарання (незадоволений погляд, критичні зауваження, погроза фізично покарати) – проти девіантних вчинків та через бажання їх попередити;
- переконання;
- переоцінка норм, в результаті якої те, що було девіацією, стає нормою.

Формальний контроль (поліція, суд, ув'язнення)

Тема 4. Соціальні інститути

План

1. Поняття соціального інституту.
2. Політика та влада.
3. Економіка як сфера діяльності та взаємодії людей.
4. Сім'я та шлюб.
5. Освіта як соціальний інститут.
6. Інститут релігії.

В соціологію поняття „соціальний інститут” було введено Г.Спенсером у ХІХ ст. Е.Гідденс вважає, що соціальні інститути – це сталі форми соціальної діяльності, які відтворюються в часі та просторі (наприклад, сім'я, право та ін.). Соціальні інститути створювалися для того, щоб регулювати процес задоволення потреб індивідів та груп і слугувати реалізації соціальних інтересів. Соціальний інститут визначає, яка саме діяльність в суспільстві має бути організована, спрямована та реалізована. Ще одна ознака соціальних інститутів – їх функціонування має культурний зміст, пов'язане з цінностями, нормами, символами.

Виділяють 5 основних сфер соціальної діяльності соціетального рівня: сім'я, релігія, освіта, політика, економіка.

Процес інституціоналізації (створення соціального інституту) передбачає ряд етапів:

- 1) виникнення потреби, яка може реалізуватися лише чез спільні організовані дії. Якщо вона буде усвідомлюватися, то стане основою соціального інституту;
- 2) формування спільних цілей та ідей;
- 3) формування норм та правил;
- 4) поява процедур, які пов'язані з нормами і правилами;
- 5) виникнення культурного середовища для самовідтворення інституту (система знаків, символів, зразків поведінки, субкультура);
- 6) інтеріоризація нових цінностей та норм;
- 7) виникнення нових статусів та ролей;
- 8) матеріальне забезпечення інституту, що виникає;
- 9) Завершення процесу інституціоналізації.

Ознаки соціального інституту:

- А) діяльність інституту визначається набором спеціальних соціальних нормі приписів, які регулюють поведінку;
- Б) діяльність інституту інтегрована в соціально-політичну, ідеологічну, ціннісну структуру суспільства;
- В) наявність матеріальних засобів та умов.

Ознаки соціального інституту (С.Фролов):

- установки та зразки поведінки;
- культурні символи;
- матеріальні засоби та умови;
- писані та усні кодекси поведінки;
- ідеологія.

Явні функції соціального інституту:

- А) регулятивна;
- Б) закріплення та відтворення суспільних стосунків;
- В) транслуюча;
- Г) інтегративна;
- Г) комунікативна.

Латентні функції соціального інституту: вигода, міцні стосунки, влада та ін.

2. Політика – особливий вид регуляції соціального життя, який виникає на певному ступені розвитку людства у зв'язку з поглибленням соціальної диференціації. Остання призводить до появи соціальних груп із різними, часом не сумісними інтересами. Для їх регуляції вже не достатньо норм моралі, звичаїв традицій. Необхідними стають більш жорсткі нормативні регулятори, які підтримуються вже не осудом, а силою і примусом.

Політика як специфічний вид діяльності людей, який пов'язаний із утвердженням прав індивідів, груп, спільнот на управління суспільством, на владу реалізується в політичній сфері – просторі, де політика здійснюється.

Структура політичної сфери:

- політична свідомість;
- норми;
- організації;
- заклади;
- політичні відносини.

Складові політики: політичні відносини, діяльність суб'єктів політики, політичні свідомість.

Політика, крім сфери регуляції соціального життя, має ще одне важливе значення. Її зміст, основа – боротьба за здобуття влади та її здійснення. М.Вебер вважає, що політика – прагнення до участі у владі або здійснення впливу на розподіл влади. Н.Смелзер трактує владу так: влада – здатність нав'язувати свою волю іншим та мобілізувати ресурси для досягнення поставленої мети.

Політика пов'язана з діяльністю політичного суб'єкта (індивід, спільнота, інший соціальний інститут – релігія, армія та ін.). Завдяки політичному суб'єкту відбувається механізм перетворення соціального в політичне (через представництво інтересів спільноти та різноманітні технології вирішення суспільних проблем політичним суб'єктом). Ознаками політичного суб'єкта є наступне: здатність ухвалювати політичні рішення, здатність їх реалізувати чи контролювати їх реалізацію, спроможність відповідати за свої рішення.

Важливим предметом дослідження є також процес політичної соціалізації та його компоненти і фактори: агенти, політична пропаганда, власний політичний досвід, ЗМІ. Одним із основних агентів політичної соціалізації є сім'я. На думку Д.Істона та Р.Хесса, політична орієнтація індивіда припадає на 3-13 роки життя (Н.Смелзер вважає, що на 9-13 роки). У більшості сімей виростають політичні конформісти, причому найчастіше в стабільних суспільствах.

Політика може бути: економічна, соціальна, національна, військова, культурна, екологічна, демографічна.

3. Економіка як соціальний інститут покликана забезпечувати виробництво та розподіл суспільного багатства та контролювати грошовий обіг.

В соціології економіку розглядають на двох рівнях: 1) макроекономічний (на рівні суспільства); 2) мікросоціологічний (поведінка, вчинки, мотиви, які визначають взаємодію між людьми в їх повсякденному житті, що, в свою чергу, впливає на стабільність суспільства). Економіка як соціальний інститут складається із всіх видів виробництва,

розроділу, обміну та споживання матеріальних благ та послуг, які необхідні для життєдіяльності людей (всі типи підприємств, виробнича, фінансова, торгівельна діяльності, типи економічних відносин між індивідами та спільнотами).

Американський економіст Пол Самуельсон вважає, що економіка повинна вирішувати три проблеми:

- 1) що слід виробляти, скільки і якої якості;
- 2) як вони мають вироблятися, якими людьми і на яких технологіях;
- 3) для кого призначені та як ділитимуться.

4. **Сім'я** – об'єднання людей, пов'язаних спільністю побуту та взаємною відповідальністю, що ґрунтується на шлюбі та кровній спорідненості. Основу сім'ї складає **шлюб**.

Шлюб – історично змінна соціальна форма стосунків між чоловіком та жінкою, через які суспільство впорядковує і санкціонує їхнє статеве життя, визначає подружні та батьківські права та обов'язки.

Соціологічний підхід дослідження сім'ї має два підходи: макро- та мікро соціологічний, тобто сім'ю аналізують як соціальний інститут та як малу соціальну групу.

Останнім часом змінилася парадигма вивчення сім'ї. На зміну дослідженню зовнішніх зв'язків сім'ї (як соціальний інститут) приходять дослідження внутрішніх зв'язків (мала соціальна група). Відбувається деінституціоналізація сучасної сім'ї, сім'я втратила своє економічне значення, основою шлюбу стала інтимна сфера, а не економічна доцільність, відбулася приватизація сім'ї та її ізоляція від суспільства (обов'язок поступається під тиском бажання самореалізуватися). На перший план виступають партнерські відносини.

При дослідженні сім'ї як соціального інституту вивчають (згідно М.П.Лукашевича та М.В.Туленкова):

- а) суспільну свідомість у сфері шлюбно-сімейних стосунків, узагальнені характеристики сімейної поведінки окремих груп населення в різних економічних та культурних умовах, вплив суспільних потреб на характер відносин і спосіб життя сім'ї;
- б) причини та наслідки недостатньо високої ефективності функціонування інституту сім'ї в тих чи інших умовах;
- в) соціальний механізм зміни сімейних норм і цінностей;
- г) ефективність реалізації інститутом сім'ї своїх основних функцій в різних політичних, економічних та культурних умовах;
- г) співвідношення ідеальних моделей сімейних норм і цінностей та реальної поведінки членів сім'ї тощо.

Сім'ю розглядають як *малу соціальну групу* в тих випадках, коли досліджують стосунки між індивідами, які складають сім'ю. сім'я відрізняється від інших малих

соціальних груп, бо будується на принципі родинності, спільності інтересів, склад сім'ї, як правило, сталий. При аналізі сім'ї як малої соціальної групи доцільно виділити 2 типи характеристик:

- характеристику групи: мету, завдання, склад, структуру сім'ї, групову згуртованість, структуру влади й комунікацію в сім'ї і т.д.;
- характеристику зв'язків та стосунків сімейної групи з ширшими соціальними системами в межах соціальної структури суспільства: функції сім'ї стосовно суспільства, сімейні цінності, зразки поведінки тощо.

5. Освіта як соціальний інститут є сукупністю певних установ, осіб, які забезпечені спеціальними матеріальними засобами і здійснюють конкретні соціальні функції. Освіта – набір, система ідей, првил, положень, стандартів, норм діяльності, поведінки, життя в системі навчання. Освіта як соціальний інститут має історичний характер, бо є відносно стійкою формою соціальної практики, за допомогою якої функціонує суспільне життя, забезпечуються соціальні зв'язки та відносини. Освіта інтегрована в систему соціальних інститутів.

Освіта відрізняється від інших соціальних інститутів спрямованістю та змістом діяльності. Вона виконує дві основні функції: поточну та перспективну, а також забезпечує соціалізацію, передачу знань, тяглість соціального досвіду, відтворення соціальної структури суспільства.

Проблеми освіти як соціального інституту: проблеми безперервності, гуманізації, реформування галузі та підвищення її престижу.

Тенденції та перспективи освіти:

- 1) адаптація до потреб суспільства та особи;
- 2) забезпечення безперервності освіти;
- 3) збільшення варіантів освітніх закладів;
- 4) нові відносини між освітою та суспільною діяльністю;
- 5) демократизація суспільного життя та елітаризація освіти;
- 6) подолання міжнародної ізоляції;
- 7) намагання підвищити престиж професії;
- 8) комерціалізація освіти.

6. Соціолога, перш за все, має цікавити соціальний вимір релігії та її вплив на соціальну поведінку. Виникнення релігії зумовлене:

- соціальними чинниками (система соціальних відносин, що детермінують виникнення, функціонування та відтворення релігії);
- історичними чинниками (історична зумовленість релігії її попереднім розвитком);

- гносеологічні чинники (формування релігійних уявлень під час пізнавальної діяльності людини);

- психологічні чинники.

Функції релігії:

- світоглядна;
- комунікативна;
- регулятивна;
- легітимізуюча;
- ідеологічна;
- інтегративна.

Релігія як соціальний інститут бере участь у суспільних процесах, зокрема, процесах секуляризації та сакралізації.

Секуляризація – послаблення впливу церкви на суспільно-політичне життя.

Сакралізація – поширення релігійного впливу на різні соціальні інститути та індивідуальну свідомість.

Лекція 5. Теорія, методика і техніка організації та проведення соціологічного дослідження

План

1. Сутність і структура програми соціологічного дослідження.
 2. Основні методи збору первинної соціологічної інформації.
 3. Аналіз соціологічної інформації та використання результатів соціологічного дослідження.
1. Програма соціологічного дослідження – науковий документ, який містить методологічні та процедурні основи дослідження соціального об’єкта.

Структура програми соціологічного дослідження	
Методологічний розділ (Що? Для чого робити?)	Процедурний (методичний) розділ (Як?)
1. Формулювання проблеми, визначення об’єкта, предмета дослідження.	6. Стратегічний (принциповий) план.
2. Визначення мети і завдань дослідження.	7. Обґрунтування вибірки.
3. Інтерпретація основних понять.	8. Методи і процедури збору та аналізу первинних даних.
4. Попередній системний аналіз об’єкта.	9. Вид підсумкового документа (аналітичний звіт, стаття, монографія...).
5. Розробка робочих гіпотез.	

Програма доповнюється робочим планом, в якому впорядковуюється етапи роботи, терміни здійснення, оцінюються необхідні ресурси.

Вимоги до програми:

- необхідність;
- ясність і чіткість її структурних компонентів;
- логічна послідовність;
- гнучкість.

Створення програми починається з визначення проблеми дослідження, визначення предмета і мети дослідження.

Слід розрізняти реальні й надумані, міфічні, соціальні проблеми; уникати дослідження надто масштабних соціальних проблем. Це може призвести до ускладнення інструментарію, непередбачених матеріальних і часових витрат на проведення дослідження та зробіть його громіздким і малоефективним; слід прагнути якомога точнішого, конкретнішого формулювання проблеми, що дасть змогу грамотно та оперативно провести соціологічне дослідження і розробити адекватні рекомендації.

Соціологія використовує різноманітні підходи до визначення типу соціальної проблеми, беручи за основу мету дослідження, носія проблеми, масштаби її поширення, час дії, глибину суперечності, що створює проблему.

ВИДИ ПРОБЛЕМ:

❖ Відповідно до мети:

- Гносеологічні (логіко-пізнавальні) спричинені нестачею інформації про стан, тенденції функціонування соціального об'єкта. Тобто народження проблеми зумовлене недостатністю знання про певні процеси, явища соціального життя. (*Наукова проблема*).

- Предметні — це суперечності, зумовлені зіткненням інтересів соціальних спільнот, інститутів, які дестабілізують їх життєдіяльність і стимулюють до активних дій. (*Соціальна проблема*).

❖ За носіями

- проблеми окремих соціальних груп

- (соціально-демографічних, національних, професійних, політичних та інших);

- проблеми соціальних інститутів;

- конкретних виробничих підприємств, державних закладів та установ, закладів освіти, організацій.

❖ За масштабами поширення проблеми

- державні

- регіональні

- локальні

❖ За часом дії

- короткотривалі (незадоволеність слухачів певною формою навчання);

- середньотривалі (проблема адаптації працівників до нових трудових відносин у зв'язку з переходом підприємства на госпрозрахунок);

- довготривалі (протиріччя, які породжують девіації).

❖ За глибиною суперечностей:

- *однопланові* (стосуються одного аспекту соціального явища, процесу (вибори депутата; прийняття чи неприйняття рішення щодо зміни форми власності);

- *системні* (характерні для багатьох елементів соціального явища, процесу; відображають дисбаланс всієї системи елементів цілісного явища або процесу. *Наприклад, зростання злочинності у зв'язку зі змінами структури девіантної поведінки, набуття масового характеру таких її видів, як наркоманія, рекет*);

- *функціональні* (спричинені порушенням глибинних зв'язків (причинно-наслідкових) у механізмі функціонування соціального явища або процесу) (*зміни в політичних відносинах, функціонуванні політичних та соціальних інститутів у зв'язку з утворенням правової держави*).

Об'єкт соціологічного дослідження: певна соціальна реальність, яка потребує цілеспрямованого вивчення (соціальні спільноти, суб'єкти, процеси у їх конкретних, відносно завершених станах та взаємодії).

- ❖ Те, що містить соціальне протиріччя і породжує проблемну ситуацію.
- ❖ Те, на що спрямоване соціологічне дослідження.
- ❖ Об'єкт дослідження існує в соціальній реальності незалежно від дослідника.

Предмет соціологічного дослідження: найбільш значущі з теоретичної або практичної точки зору особливості, сторони об'єкта, які необхідно дослідити.

- ❖ Має штучне походження, оскільки формулюється дослідником відповідно до мети і завдань дослідження.

Один і той самий соціальний об'єкт може мати багато особливостей, якостей, боків, які відображають певну його характеристику. Тому вибір предмета дослідження передбачає чітку постановку проблеми, формулювання мети і завдань дослідження, системний аналіз його об'єкта.

Мета соціологічного дослідження містить відповідь на питання, для чого воно проводиться, орієнтує дослідження на підсумок, визначає логіку і спрямованість завдань, упорядковує різноманітні дослідницькі процедури.

Відповідно до мети соціологічного дослідження поділяють на:

- *теоретико-пізнавальні* (спрямовані на глибше пізнання явища чи процесу, отримання нового, різнобічного знання, вирішення соціальних проблем шляхом розробки нових підходів до їх вивчення);
- *прикладні* (націлені на практичне розв'язання чітко окреслених соціальних проблем — організаційних, управлінських, соціально-психологічних, пов'язаних з вирішенням конфліктних ситуацій тощо).

Оскільки мета дослідження – кінцевий його результат, що має узагальнений вигляд, для її досягнення треба розробити завдання – конкретні „кроки”. Завдання соціологічного дослідження – логічно сформульовані настанови, вказівки, послідовне вирішення яких конкретизує поставлену мету і забезпечує її реалізацію.

Завдання соціологічного дослідження поділяють на:

- А) головні (передбачають пошук відповідей на головне запитання, безпосередньо пов'язане з розв'язанням поставленої проблеми);
- Б) часткові (виникають у процесі вирішення головних завдань, впливають із них і також спрямовані на розв'язання проблеми);
- В) додаткові (можуть бути логічно не пов'язаними з метою дослідження, виникають за необхідності вирішення якихось додаткових питань, наприклад, методичних).

Теоретична та емпірична інтерпретація понять. З'ясовуючи сутність предмета соціологічного аналізу, дослідник використовує поняття, які є стрижневими у теоретичному опрацюванні соціальних явищ і процесів. При цьому важливе значення має чітке, однозначне розуміння і використання цих понять впродовж усього дослідження.

Теоретична інтерпретація – полягає в розкритті, поясненні, тлумаченні, фіксації змісту понять відповідно до концепції дослідження.

Емпірична інтерпретація – пошук емпіричних значень поняття у термінах, які пояснюють його зміст і важливі під час конкретного дослідження.

Операційне визначення (операціоналізація) – визначення поняття через фіксацію емпіричних ознак.

Головним завданням емпіричної інтерпретації є поступове зведення складних теоретичних понять, якими оперує соціологія і які найчастіше не сприймаються респондентами через свою складність, до простих емпіричних характеристик, які відображають сутність понять і можуть бути використані для збирання первинної соціологічної інформації.

Емпірична інтерпретація передбачає такі послідовні операції:

- аналіз наукової літератури, пошук теоретичних визначень поняття, яке належить інтерпретувати, з'ясування сутності, створення його цілісного образу;
- визначення якостей, характеристик поняття і систематизація найважливіших ознак досліджуваного цілісного образу;
- вибір прямих показників для кожної із визначених характеристик, що дає змогу їх зафіксувати і побудувати, так звані, індикатори (найпростіші показники), які можна використати потім в інструментарії соціологічного дослідження.

Наприклад, вивчаючи соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, немає сенсу просити у респондента дати йому оцінку, оскільки, по-перше, цей термін не дуже часто вживається у повсякденному житті колективу, а, по-друге, робітники можуть не знати, як його оцінити. Доцільно в такому разі „розкласти” поняття „соціально-психологічний клімат” на складові, що визначають його сутність, але є менш складними. Цими складовими є стосунки між членами колективу, між керівником і членами колективу, конфлікти, ставлення працівників до своїх обов'язків, трудового середовища, найближчого оточення тощо.

Остаточним результатом буде поява в анкеті питань, доступних для розуміння респондентів, що сприймаються однозначно і передбачають їх щирі відповіді: „Чи задоволені Ви стосунками з колегами роботи?“, „Як часто у Вашому колективі бувають конфліктні ситуації?“ тощо.

Аналізуючи отриману інформацію, дослідник проводить зворотну соціологічну процедуру (послідовно аналізуючи значення індикаторів, він поступово повертається на рівень теоретичних понять і робить висновки щодо досліджуваної проблеми).

Системний аналіз об'єкта, основною метою якого є побудова гіпотетичної (концептуальної) моделі об'єкта з урахуванням комплексу його елементів, зовнішніх і внутрішніх зв'язків.

Встановлення сукупності чинників, які впливають на об'єкт і визначають напрямки і тенденції його функціонування та розвитку.

Такий аналіз об'єкта дослідження дає змогу:

- зафіксувати його складові, зовнішні та внутрішні зв'язки;
- описати механізм його функціонування і розвитку;
- встановити головні й другорядні чинники, що визначають цей механізм;
- конкретизувати проблемну ситуацію;
- з'ясувати предмет дослідження;
- визначити й проінтерпретувати основні поняття дослідження;
- розробити робочі гіпотези;
- виокремити категорії та одиниці аналізу.

Важливим у системному аналізі є встановлення сукупності чинників, які впливають на об'єкт і визначають напрямки і тенденції його функціонування та розвитку.

Тому дослідник повинен виокремити та описати якнайбільше цих чинників, встановити їх значення, зв'язок, силу і специфіку впливу.

Класифікація чинників, які впливають на об'єкт і визначають напрямки і тенденції його функціонування та розвитку:

- загальні (характерні для всього класу подібних об'єктів),
- специфічні (характерні для конкретного об'єкта),

- ❖ зовнішні (знаходяться у навколишньому середовищі),
- ❖ внутрішні (містяться у самому об'єкті),

- функціональні (визначають функціональні зв'язки елементів об'єкта),
- структурні (забезпечують спосіб зв'язку елементів об'єкта),
- генетичні (зумовлюють походження і послідовність станів об'єкта),

- ❖ об'єктивні (їх дія не залежить від функціонування об'єкта),
- ❖ суб'єктивні (залежать від функціонування об'єкта),

- прями (результати їхнього впливу виявляються безпосередньо),
- опосередковані (результати їх впливу проявляються у взаємодії з іншими,

- ❖ індивідуальні (пов'язані з діяльністю окремих учасників),
- ❖ колективні (пов'язані з діяльністю соціальної спільноти, групи, колективу).

Гіпотеза в соціологічному дослідженні — обґрунтоване припущення:

- про структуру;
- про механізми функціонування і розвитку досліджуваного об'єкта.

Види гіпотез	
За змістом:	<ul style="list-style-type: none"> • описові (містять припущення про фактичний стан об'єкта, його функціонування); • пояснюючі (орієнтовані на встановлення причин, чинників, що пояснюють механізми функціонування об'єкта); • прогнозні (передбачають тенденції та напрямки функціонування і розвитку об'єкта).
За рівнем аналізу:	<ul style="list-style-type: none"> ♦ теоретичні (існують у формі теоретичних припущень); ♦ статистичні (формулюються як система показників й індексів статистики); ♦ емпіричні (постають як операційні поняття, індекси, показники).
З огляду на завдання дослідження:	<ul style="list-style-type: none"> • основні; • другорядні.
За послідовністю виникнення.	<ul style="list-style-type: none"> ♦ первинні (робочі гіпотези, висунуті під час розробки програми дослідження); ♦ вторинні (висунуті замість первинних, якщо ті не підтверджуються під час дослідження).

Наукова гіпотеза може бути сформульована тільки у процесі попереднього системного аналізу об'єкта. Під час соціологічного дослідження вона може бути підтвердженою або спростованою. Перевірка робочих гіпотез можлива тільки за умови, що всі поняття і терміни, за допомогою яких вона сформульована, будуть теоретично та емпірично інтерпретовані, визначені за допомогою індикаторів і знайдуть своє місце в соціологічному інструментарії.

Стратегічний (принциповий) план дослідження

Відповідно до мети і завдань дослідження, обізнаності щодо досліджуваного об'єкта виробляють конкретну стратегію пошуку – план соціологічного дослідження (пошуковий, описовий, експериментальний), який визначає послідовність, спрямованість операцій на досягнення поставленої мети.

Види стратегічного плану:

- пошуковий (формулятивний, розвідувальний) план;
- описовий (дескриптивний) план;
- експериментальний (аналітико-експериментальний) план;
- повторно-порівняльний план.

2. Подальший етап проведення соціологічного дослідження полягає у безпосередньому зборі первинної соціологічної інформації, або, кажучи мовою соціологів, – проведенні польового етапу дослідження. В процесі польового етапу дослідження для збору соціологічної інформації можуть застосовуватися різні методи (див. схему). Кожний із них має свої особливості, пред'являє певні вимоги.



Опитування як метод пізнання соціальних явищ та процесів має давні традиції в соціології. Опитування – незамінний прийом отримання інформації про суб'єктивний світ людей, їх прагнення, мотиви діяльності, думки. Він приваблює дослідників тому, що вважається майже універсальним методом. Соціологу дуже часто необхідна інформація про такі явища і процеси, які недоступні прямому спостереженню і які не знаходять необхідного відображення в різних документах, у соціальному аналізі. Питати можна про все, чого не можна побачити чи прочитати. Мистецтво цього методу полягає у тому, щоб знати, про що питати, як питати, які ставити запитання, і як бути впевненим у тому, що можна вірити отриманим відповідям.

В основі методу опитування лежить система запитань, запропонованих опитуваному, відповіді якого і створюють необхідну інформацію. Існує два різновиди опитування, пов'язаних із письмовою або усною формою спілкування інтерв'юера із респондентом: анкетування та інтерв'ю. Кожен варіант опитування передбачає анкету чи бланк інтерв'ю (перелік питань), якісну роботу анкетера чи інтерв'юера, ситуацію опитування, умови його проведення та ін.

Анкетні опитування – найбільш розповсюджений на практиці вид опитування. Воно може бути груповим або індивідуальним. Групове анкетне опитування широко застосовується за місцем роботи, навчання. При індивідуальному анкетуванні анкети роздаються на робочих місцях, за місцем навчання, проживання, а термін їх повернення заздалегідь обумовлюється. Сьогодні анкетне опитування залишається одним із найбільш оперативних способів збору первинної соціологічної інформації.

Важливу роль у підвищенні якості техніки збору інформації відводиться складанню інструментарію, серед видів якого є соціологічна анкета. Створенню анкети передують

довготривалий етап розробки програми досліджень, оскільки в анкету закладаються основні гіпотези, сформульовані завдання, які необхідно вирішити в ході соціологічного дослідження. Кожна анкета – це результат творчих дій, які вимагають знань із соціології, психології, математики, соціолінгвістики. Це, свого роду, сценарій бесіди із респондентом.

Оснoву структури анкети становить система об'єднаних єдиним дослідницьким задумом питань та можливих відповідей, метою яких є вияв кількісно-якісних характеристик об'єкта та предмета аналізу. Щоб анкета могла успішно та ефективно виконати своє призначення, необхідно знати та дотримуватися ряду правил та принципів її конструювання, знати особливості тих питань, з яких вона складається.

Перш за все, будь-яке питання в анкеті повинно бути однаково зрозумілим для різних соціально-демографічних груп респондентів. Структура та послідовність питань в анкеті по суті виявляють установку соціолога на розвиток комунікації із респондентом (опитуваним): пробудження інтересу, довіри, впевненості. З цієї точки зору питання в анкеті мають бути коректними, контактними. Доведено, що люди з відносно високим рівнем освіти здатні оцінювати ймовірну достовірність своїх даних, тоді як респонденти з низьким рівнем освіти не можуть цього зробити. Тому виникає проблема компетентності опитування.

Анкети можна побудувати у такій послідовності:

1. Вступна частина (де вказується, хто і для чого проводить опитування, як будуть використовуватись дані, гарантії конфіденційності, подається інструкція щодо заповнення анкети).
2. Основна частина анкети, (котра містить блоки питань до опитуваних: вступні запитання, основні, заключні).
3. Паспортний блок „паспортичка” (блок запитань демографічного характеру).
4. Подяка.

Основна частина анкети (блоки питань) має також власну послідовність будови, композицію. Питання в анкеті ранжуються від простих та нейтральних за змістом. Вони забезпечують зав'язку співбесіди, спонукають співбесідника до діалогу. Більш складні питання, що потребують аналізу, роздумів та активізації пам'яті, розміщуються всередині анкети. Питання можуть об'єднуватися в блоки за тематичним та проблемним принципами. При цьому перехід до нового напрямку співбесіди повинен супроводжуватися поясненнями, елементами уваги.

Серйозна увага звертається і на графічне оформлення анкети, її лексику. Основними критеріями оцінки мови є:

- складність граматики і структури речення (запитання повинні містити (оптимальна кількість) від 5 до 20 слів);
- рівень складності запитань (їх слід формулювати дохідливо, зрозуміло, однозначно);

■ оцінка складності формулювання відповіді для опитуваного (з врахуванням рівня компетентності респондента).

Всі питання, що використовуються в анкетах, можна класифікувати за такими критеріями: за змістом (про факти поведінки, щодо особистості людини, її ставлення до конкретних процесів, явищ), за формою (відкритого та закритого типу, прямі та допоміжні), за функцією (основні та неосновні).

Запитання в анкеті поділяються на: закриті та відкриті. Закритими називаються ті запитання, на які в анкеті наводяться варіанти відповідей. Прочитавши їх, опитуваний тільки позначає той варіант відповіді, який збігається з його думкою. Такого типу запитання дозволяють більш точно інтерпретувати відповідь, а рамки оцінок та суджень опитуваного визначаються набором варіантів відповідей. В свою чергу, закриті запитання можуть бути альтернативними та неальтернативними. Перші передбачають вибір респондентом лише одного варіанта відповіді. Неальтернативні питання допускають вибір респондентом кількох варіантів відповідей.

Закритого типу запитання зручніше формулювати для вияву фактів і відносин, що обумовлюють заздалегідь відомий перелік можливих варіантів відповідей.

На відміну від закритих, відкриті питання не нав'язують респондентові варіант відповіді, а дають можливість висловити власну думку в усій повноті. Саме тому, за їх допомогою можна зібрати більш багату та змістовну інформацію. Вони ефективні на стадії пробних досліджень і дозволяють дати відповідь у вільній формі.

Щодо альтернативи застосування закритих та відкритих запитань, то слід пам'ятати: респонденти більш охоче відповідають на відкриті питання тоді, коли вони мають розвинуту систему уявлень з даної проблематики і вважають себе компетентними. Якщо ж предмет опитування малознайомий або ж складний для аналізу, то респонденти, як правило, ухиляються від відповіді або відповідають досить невизначено, не за суттю. В цьому випадку застосовуються відкриті запитання. Існує також напівзакритий варіант системи відповідей, коли подається перелік як основних варіантів відповіді, так і створюється можливість для подання власної, іншої відповіді.

Прямі і непрямі запитання. У першому варіанті передбачено відповідь, яку слід розуміти в такому ж смислі, як розуміє опитуваний. Але такого типу прямі запитання в ряді випадків залишаються без відповіді або дають неточну інформацію, бо опитувані не схильні висловлюватись відверто. У такому разі наводяться непрямі запитання (сформульовані в непрямій формі). Часто одне пряме запитання замінюється на кілька непрямих.

Основні запитання анкети спрямовані на збір інформації про явище, яке підлягає вивченню. Неосновні – на вияв відвертості відповідей, вони уточнюють, доповнюють дані, отримані в основних запитаннях. До таких відносять питання-фільтри, контрольні питання та

ін. Число питань в анкеті не може бути необмеженим. Досвід показує, що після 40–50 хвилин опитування увага респондента знижується.

За способом проведення анкетного опитування воно поділяється на індивідуальне, групове, поштове та пресове.

Поштове опитування полягає у розсилці анкет та отриманні на них відповіді поштою. Важлива перевага поштового опитування – простота організації. Однак, водночас поштове опитування має і свої недоліки. Основний із них – неповне повернення анкет (не всі респонденти заповнюють анкети та повертають їх дослідникам), що і знижує надійність отриманої інформації (частка повернутих анкет – близько 20-25%). Як правило, збільшення кількості повернутих анкет досягається розсилкою респондентам повідомлень. Вони повинні "настроїти" людину на участь в опитуванні. У повідомленні вказується, яким чином дослідники отримали адресу потенційного респондента, чому буде присвячене опитування, яку мету ставлять перед собою дослідники, тощо. Висилка повідомлень підвищує повернення анкет здебільшого ще на 10%. При розсилці анкет слід ще й відіслати конверт зі зворотною адресою для полегшення роботи респондента.

Пресове опитування іноді відносять до різновиду поштового. У такому разі анкета друкується в газеті чи журналі. В силу пасивності процедури залучення потенційних респондентів до опитування, невисока, частка повернення анкет, найімовірніше, близько 1% від усієї сукупності передплатників або читачів.

Інтерв'ю. Порівняно із анкетуванням, інтерв'ю у практиці соціологічних опитувань використовується значно рідше – через більшу складність та неоперативність його проведення. Інтерв'ювання має свої переваги та недоліки, порівняно із анкетуванням, тому при плануванні дослідження доводиться вирішувати: чому надавати перевагу, враховуючи найменші затрати часу та засобів, і необхідність отримання найбільш важливої та достовірної інформації.

Основна різниця між анкетуванням та інтерв'юванням – у формі контакту дослідника з опитуваним. Інтерв'ю – це співбесіда, яка проводиться за певним визначеним планом, обумовлює прямий контакт інтерв'юєра (той, хто опитує) з респондентом (кого опитують), причому запис відповідей проводиться письмово або, з дозволу респондента, на диктофон. У соціології розрізняють кілька видів інтерв'ю: формалізоване, фокусоване та вільне. За змістом бесіди розрізняють так звані документальні інтерв'ю (уточнення фактів, вивчення подій), інтерв'ю думок (виявлення оцінок, поглядів, суджень). Особливо виділяється інтерв'ю із спеціалістами-експертами. Щодо техніки проведення розрізняють вільні нестандартні і формалізовані інтерв'ю.

Формалізоване (стандартизоване) інтерв'ю вимагає детально розробленої процедури (загальний план, послідовність та конструктивність запитань, відповідей). При використанні

цього виду опитування інтерв'юер зобов'язаний чітко дотримуватися формулювань питань та їх послідовності. У стандартизованому інтерв'ю, як правило, пропонують закриті запитання. Інтерв'ю із відкритими запитаннями передбачає дещо менший ступінь стандартизації його проведення.

Дещо менший ступінь стандартизації має фокусоване інтерв'ю, метою якого є збір думок, оцінок щодо певної конкретної ситуації, явищ, їх причин та наслідків, і виявити інформацію про реакцію суб'єкта на задану дію (тому його і називають фокусованим, спрямованим).

Вільні інтерв'ю – це довготривала співбесіда інтерв'юера із респондентом без суворої деталізації питань, але проводиться за загальною програмою. Цей вид опитування застосовується тоді, коли дослідник приступає до визначення проблеми дослідження.

Від застосування того чи іншого виду інтерв'ю певною мірою залежить і точність отриманої інформації. Переважно при інтерв'юванні виявляється вплив інтерв'юера на якість отриманих результатів-даних. Такого роду впливове явище не усвідомлюється учасниками інтерв'ю в психологічному та поведінковому контексті як на вербальному (розмова, спілкування) рівні, так і в неявних формах (емоційний тон, міміка, поведінка). Тому, чим більш стандартизованим є інтерв'ю, тим більше у дослідника можливості знизити вплив інтерв'юера. Водночас досвід показує, що і в опитувальному листі трапляються вади, недоробки, і в силу свого вміння інтерв'юер прагне і повинен їх відчувати та виправляти. Тому інтерв'ю одночасно може мати елементи пілотажності (апробації).

Залежно від особливостей процедури інтерв'ю може бути інтенсивним (глибоким, тривалим).

За способом організації розрізняють групові та індивідуальні.

Останнім часом часто застосовується телефонне інтерв'ю. Його основні переваги: оперативність і низька вартість. Телефонні інтерв'ю використовують для швидкого опитування та для зондування соціального настрою. Але інтерв'юер при цьому повинен мати спеціальну підготовку (уміння володіти інтонацією, голосом, відчувати стан опитуваного тощо). Крім того, оптимальна тривалість такого типу інтерв'ю – до 15 хвилин, після чого інтерес та увага до діалогу значно знижується.

Експертне оцінювання – особливий різновид методу опитування, де вимоги, які застосовуються в масових опитуваннях, неприйнятні. Оцінювання (опитування) широко використовується в розвідувальних та пробних дослідженнях для отримання попередніх даних про об'єкт, предмет аналізу, для уточнення гіпотез та завдань основного дослідження, для розробки прогнозу і доповнення та з'ясування певних процесів та явищ. Важливий момент при проведенні такого роду опитування - відбір експертів, передусім за рівнем їх компетентності. На першому етапі відбору як критерій доцільно використовувати дві ознаки:

рід занять та стаж діяльності за профілем, що нас цікавить. За необхідності потрібно брати до уваги також і рівень, характер освіти, досвід, вік. Як завжди, перший список може бути досить широким, однак у подальшому його доцільно звужити, оскільки не кожна людина здатна виступити в ролі експерта. Але основним серед усіх критеріїв відбору експертів є їх компетентність.

Основний інструментарій експертних опитувань – анкета або бланк-інтерв'ю, які розроблені за спеціальною програмою. Відповідно до цього процедура опитування полягає або в анкетуванні, або в інтерв'юванні експертів.

Спостереження – пряма реєстрацію фактів очевидцем. Соціологічне спостереження як метод збору наукової інформації – спрямоване, систематичне, безпосереднє простеження значущих соціальних явищ, процесів, подій. Спостереження дозволяє широко, багатомірно охопити події, здійснюється одночасно із розвитком досліджуваних подій, явищ та процесів. Саме при ньому відкривається можливість безпосередньо сприймати поведінку людей в конкретних умовах і в реальному часі. На відміну від звичайного, наукове спостереження характеризується тим, що воно:

- підпорядковане чіткій дослідницькій меті і чітко сформульованим задумам;
- спостереження проводиться за обдуману заздалегідь процедурою;
- всі дані спостереження фіксуються в протоколах або щоденниках за визначеною схемою;
- інформація, отримана шляхом спостереження, має бути піддана контролю на обґрунтованість і стійкість.

Спостереження різняться і класифікуються залежно від ступеня формалізованості (структуроване і неструктуроване), становища спостерігача (ступінь участі спостерігача в досліджуваній ситуації). Розрізняють включене і просте спостереження, за місцем проведення, умовами організації – польове і лабораторне, за регулярністю проведення - систематичне і несистематичне.

Структуроване спостереження відповідає високому ступеню стандартизації, а для фіксації результатів використовуються спеціальні бланки та документи, досягається точність інформації. Його застосовують за наявності достатньої інформації про об'єкт дослідження. На протилежність йому неструктуроване спостереження є менш формалізованим. При його проведенні відсутній чіткий план дій спостерігача, застосовують його переважно у розвідувальних пошукових дослідженнях.

Включеним спостереженням називається такий його різновид, коли дослідник безпосередньо включений в досліджуваний соціальний процес, контактує, діє разом із досліджуваними. Дослідник імітує входження в соціальне середовище, адаптується в ньому, аналізує події ніби зсередини.

Польовим називається спостереження, коли воно проходить в умовах для спостереження (місцях та приміщеннях для зборів, засідань, мітингів). Коли ж завдання полягає у розробці та експериментальній перевірці нової методики, принципів та підходів пізнання, застосовують лабораторну форму спостереження.

Систематичні спостереження проводять регулярно протягом певного періоду. Серед несистематичних спостережень виділяють такі, з якими спостерігачеві доводиться мати справу як із заздалегідь незапланованими явищами.

Соціометричні процедури

Соціометричний метод – це метод опитування, спрямований на вивчення міжособистісних відносин шляхом фіксації взаємних почуттів, симпатії або неприязні серед членів групи (або, іншими словами, – призначений для діагностики емоційних зв'язків тобто симпатій або антипатій між членами групи). Як правило, такі методики застосовуються для того, щоб охарактеризувати колектив, виявити позитивний статус індивіда, експансивність (міра прагнення до встановлення соціальних відносин з іншими), структуру групи, спільність, спаяність групи.

Термін "соціометрія" походить з латинського "socius" - товариський, співучасний та "metrum" – вимір. Основна заслуга у створенні певної методології соціометричних досліджень та їх процедур належить американському психологу Дж. Морено.

У більш спрощеному процедурному відношенні соціометрія – це поєднання опитувальної методики і математичної обробки різних персональних та групових індексів (сума належних кожному індивіду симпатій, антипатій, ігнорувань). Все починається із створення та вибору так званого соціометричного критерію – питання, яке ставиться до всіх членів досліджуваної групи, з метою з'ясування специфіки взаємин між ними. Оскільки взаємини між людьми завжди складні, мінливі та суперечливі, вибір критерію є важливим завданням, бо він повинен бути індикатором взаємин.

Ще один різновид соціометричних питань – критерії ранжування. Вони створюють можливість для ранжирування суб'єктом власних стосунків до членів групи.

Соціометричні опитування проводяться, як правило, сторонньою особою (соціологом) без присутності адміністрації, членів колективу і т. д., оскільки порушується конфіденційність (анонімність), відвертість. Результати опитування передусім заносяться в соціоматрицю, яка компактно розміщує первинну інформацію і полегшує математичну обробку даних.

Експеримент у соціології – це спосіб отримання інформації про кількісні та якісні зміни діяльності та поведінки соціального об'єкта під дією певних факторів. Основна мета його проведення – перевірка тих чи інших гіпотез, результати яких мають вихід на практику, на різні за характером управлінські рішення. Особливістю експерименту як методу

отримання соціальної інформації є те, що його проведення потребує розробки та висунення гіпотези про наявність причинно-наслідкового зв'язку.

За специфікою поставленого завдання розрізняють науково-дослідні та практичні експерименти. В ході науково-дослідного експерименту перевіряється гіпотеза, яка містить нові дані наукового характеру. А в ході практичного – перевіряється отримання даних з метою подання практичних рекомендацій в тій чи іншій галузі.

Загальна логіка експерименту полягає в тому, щоб за допомогою вибору певної експериментальної групи, для якої створюють незвичайну експериментальну ситуацію (під дією певних факторів), простежити напрямок, величину і стійкість змін характеристик, що цікавлять дослідника. За характером експериментальної ситуації експерименти поділяються на: польові та лабораторні. У польовому експерименті об'єкт (група) перебуває у природних умовах свого функціонування (учнівська, студентська група). В лабораторному експерименті експериментальна ситуація (а також і експериментальні групи) формуються штучно. Як в польовому, так і в лабораторному експерименті як допоміжні методи збору інформації використовують також опитування та спостереження.

Аналіз документів (традиційний, кількісний)

Аналіз документів – метод збору первинної інформації. Документи із різним ступенем повноти відображають духовне та матеріальне життя суспільства і передають не тільки подію та фактологічний бік соціальної дійсності, але і фіксують мову викладу, характер опису та відображення соціальної дійсності.

Різновиди документів. До них у прикладній соціології, в першу чергу, відносять, як вже вказувалося, різні друковані та рукописні матеріали, а також теле-, кіно-, фото-, звукові записи. За останні роки набули великого розповсюдження електронна система та мережа „появи”, збереження і поширення документальної інформації - Інтернет.

Існує ряд критеріїв для класифікації документів. Розрізняють офіційні і неофіційні матеріали. Принципове значення для дослідника мають офіційні документи, які відображають переважно суспільні зв'язки. Такого типу документи складаються та затверджуються державними та громадськими інституціями. До неофіційних документів належать: листи, записки, мемуари, щоденники, художня творчість тощо. За формою викладу розрізняють письмові та статистичні документи. За функціональними особливостями – інформаційні, культурно-виховні, регулятивні.

В окрему групу входять матеріали засобів масової інформації. Це – важливе джерело документальної інформації, яке відображає всі сторони життя суспільства. Публікації газет та журналів синтезують інформацію документів різних типів: цифрову, словарну, мистецьку та іншого типу інформацію. Аналіз змісту різноманітних матеріалів, преси та теле- і радіопередач дозволяє глибше усвідомити проблеми суспільного життя.

Інформацію, яка міститься в документах, поділяють на первинну та вторинну. Тому розрізняють первинні та вторинні документи. Первинні – складені на базі прямого спостереження або опитування, на основі безпосередньої реєстрації відбулих подій. Вторинні – являють собою обробку, узагальнення або опис, зроблений на основі даних первинних джерел.

Пристаючи до роботи, потрібно визначити надійність самого документа і достовірність його змісту. В першому випадку мається на увазі автентичність (достовірність, справжність) джерела інформації та його зв'язок із предметом дослідження. В іншому – правдивість у висвітленні фактів, точність у передачі автором описуваних ним подій.

Як засіб перевірки надійності, достовірності інформації і одночасно аналізу їх змісту є „зовнішнє” та „внутрішнє” дослідження документів. Як зовнішній аналіз виступає вивчення обставин виникнення документа, його історичного та соціального контексту. Внутрішній аналіз – це і є власне вивчення змісту документа, всього того, про що свідчить текст джерела, і тих об'єктивних процесів та явищ, про які йдеться в документі.

Тестові методики

Поняття „соціологічний тест” визначається як система відібраних соціологічними методами висловлювань для респондента з метою отримання валідної, тобто обґрунтованої, надійної інформації про ознаки та характеристики, які нас цікавлять. Основна, найбільш розповсюджена форма інтерпретації тесту – це перелік спеціально підібраних тверджень, згідно з якими респондент висловлює свою думку.

Тест – це об'єктивне і стандартизоване вимірювання вибору поведінки, яке спрямоване на визначення можливості передбачити саме поведінку. Це і метод вимірювання, і оцінка різних психологічних якостей та станів індивіда. Поява тестових процедур зумовлювалася потребою зіставлення (порівняння, диференціації, ранжування) індивідів за рівнем розвитку або ступенем вираження різних соціальних та психологічних якостей (інтелект, здібності, темперамент, особистісні якості). Кожен тест складається з набору характеристик вимірюваного явища і шкал, за якими здійснюють вимірювання кожної характеристики. Сукупність цих вимірювань інтегрована в єдиний числовий показник – загальний результат вимірювання – індекс явища, що вивчається.

Тести класифікуються за різними ознаками. За видами властивостей особи вони поділяються на тести:

- досягнень - це вимір інтелекту, творчості, знання, вмінь тощо;
- особистісні – вимір установки на інтереси, темперамент, характер, мотивації.

Щодо різновиду опитування тести поділяються на індивідуальні і групові.

Методики виміру соціальних установок

Останнім часом, у зв'язку з активізацією соціального та політичного життя набули актуальності дослідження взаємовідносин різних суспільних груп, а також відносин між цими групами та соціальними інститутами. Часто через протиріччя інтересів, ціннісних орієнтацій або світоглядних уявлень, які виступають мотивом масової поведінки людей, виникають конфлікти. Попередити небажаний результат такого роду масових проявів можна завдяки наявності надійної інформації. Отримати подібну інформацію можна шляхом застосування різних методів соціологічного виміру установок тих груп населення, які перебувають у ситуації соціальних протиріч.

Дослідження установок методами прикладної соціології важливо для прогнозування поведінки мас, вияву ступеня гостроти протиріч. Одним з основних методів виміру соціальних установок є конструювання та застосування соціологічних шкал. Найбільш простим видом шкали виміру установки є шкала самооцінки. При конструюванні такої шкали у формі традиційного питання її позиції обов'язково розміщуються симетрично і складаються із рівної кількості позитивних та негативних. Іншим різновидом виміру є шкала ранжування. Найбільш простий прийом виміру установок згідно з правилами такої шкали є ранжирування респондентами тих об'єктів у порядку надання переваг, ставлення до яких з їх боку цікавить дослідника.

Маркетинго-соціологічні методики

Маркетингові дослідження (marketing research) – напрям соціологічних досліджень, що включає систему організації збору, обробки та аналізу інформації про попит, пропозиції, споживацькі переваги населення, його пріоритети в економіці, політиці, соціокультурній сфері з тим, щоб якомога повніше задовольнити потреби людей, груп, інститутів, організацій, суспільства в цілому. Процес маркетингових досліджень - це ряд послідовних процедур, що поєднують у собі: визначення проблеми, мети, програми, розробку плану дослідження (врахування потреби у специфічній, нестандартній інформації; вибір методів та засобів збору первинної інформації; калькуляція фінансових витрат на проведення дослідження, черговість етапів його проведення); реалізацію плану дослідження (збір, обробка та аналіз отриманої інформації); інтерпретацію кінцевих результатів, висновків та їх використання у практичній роботі.

Залежно від джерела та специфіки одержуваної інформації дослідження можуть бути кабінетними та польовими. Кабінетні дослідження здебільшого пов'язані з використанням вторинної інформації (звіти, різні показники, рахунки, урядова інформація, періодичні видання, книги). Такі дослідження є попередніми і мають описовий характер. За їх допомогою можна визначити загальну характеристику ринку або іншої ситуації. Для глибшого дослідження необхідна оперативна (первинна) інформація, з метою чого і проводять польові дослідження.

Основними методами збору первинних даних у маркетингових дослідженнях, як і в соціології в цілому, є опитування, спостереження, експеримент та ін. Значної уваги заслуговує метод експертних оцінок, який найбільш поширений при розробці різних прогнозів.

Виділяють такі складові маркетингових досліджень: маркетингова розвідка та маркетингова інформаційна система.

Маркетингові розвідки – це постійний збір поточної інформації, необхідної для розробки, а також коригування планів маркетингу. Маркетингова розвідка заснована на зборі конфіденційної або напівконфіденційної інформації. Маркетингова інформаційна система – сукупність персоналу, обладнання та процедур, призначених для збору, обробки, аналізу та розподілу в установлений час достовірної інформації для підготовки та прийняття рішень. Інформація може бути отримана з внутрішніх і зовнішніх джерел шляхом проведення як маркетингових досліджень, так і маркетингових розвідок.

3. Аналіз соціологічної інформації та використання результатів соціологічного дослідження.

Головне завдання заключного етапу соціологічного дослідження – аналіз та інтерпретація отриманих даних, узагальнення висновків та надання рекомендацій щодо вдосконалення або змін роботи досліджуваного соціального механізму.

Після проведення дослідження здійснюються заключні етапи, тлумачення отриманих даних. Спочатку інформація проходить стадію попередньої підготовки до обробки. Вона включає в себе перевірку методичного інструментарію на точність, повноту і якість заповнення, відбувається вибраковування неякісно заповнених анкет. Дані, отримані в соціологічному дослідженні на стадії збору емпіричного матеріалу, як правило, обробляються за допомогою комп'ютерних програм. Сучасна технологія обробки включає цілий ряд етапів: редагування даних, кодування даних, контроль даних і виправлення помилок, вибір засобів математичної обробки даних, аналіз даних.

Редагування. Мета цього етапу – підготовка інформації, що містяться в запитальнику, для перекладу на цифровий носій.

Анкети, отримані в результаті опитування, можуть містити безліч помилок, неточностей і різного роду похибок. Необхідно по можливості уникати їх. Найбільш типові помилки:

1. Порушення польових процедур опитування: використана не та форма опитувальника; опитаний не той респондент; відсутні шифри, що ідентифікують запитальник.
2. Неповнота заповнення опитувальника.
3. Суперечливість відповідей.
4. Неіснуючі коди відповідей.

5. Невірні інтерпретації питань, респондентом або інтерв'юером.

Частина з цих помилок, якщо вони помічені на стадії збору даних, може бути виправлена в результаті бесіди з респондентом, частину – шляхом повторного звернення до нього. Якщо цього зробити не можна, часто доводиться приймати рішення про виключення цієї анкети з подальшої обробки.

Процес редагування даних в одних дослідженнях (як правило, великих) може бути дуже тривалим, складним і багатоступінчастим, в інших – зведений до простого перегляду анкет. Однак, у будь-якому випадку, повинен бути в явній формі розроблений документ – інструкція з редагування, який би вказував, на якого роду можливі помилки слід звернути увагу і що з ними робити в разі виявлення.

Кодування. Мета цього етапу – перетворення зібраної інформації в числову форму, яка в свою чергу призначена для обробки за допомогою спеціальних комп'ютерних програм (SPSS, OCA).

У більшості випадків анкети кодуються на стадії їх створення, і респондент безпосередньо відзначає той код, який відповідає його відповіді. Однак і в таких анкетах можлива і відкрита форма питань, які потребують подальшого кодування. Бланки інтерв'ю можуть повністю складатися з відкритих питань і вимагати спеціального кодування після проведення опитування.

Часто процес кодування поєднується з редагуванням. Існує багато способів кодування інформації в анкетах. Вибір того чи іншого з них зумовлюється головним чином специфікою тієї програми, якою володіє дослідник при аналізі даних.

Важливою складовою частиною підготовки даних до аналізу є всебічний контроль даних і виправлення знайдених помилок. Процедура виправлення даних складається з трьох етапів: виявлення помилок, знаходження істинних величин даних або кодів у вихідних документах – анкетах, бланках, виправлення даних.

Засоби математичної обробки даних

Статистичний аналіз отриманої соціологічної інформації можна обробити наступними видами математичної обробки даних:

- статистичне групування – це класифікація чи впорядкування даних за ознакою подібності чи відмінності. Організація фактів в систему здійснюється відповідно до описової гіпотези про основну ознаку класифікації. Основне призначення групування полягає, по-перше, у встановленні чисельності кожної окремо взятої частини сукупності, розділеної у відповідності зі значеннями певної ознаки (або кількох ознак), і, по-друге, у вивченні впливу причин і залежності явищ;

- ряди розподілу. Результат групування одиниць спостереження за якою-небудь ознакою називається статистичним. З варіаційного ряду кількісної ознаки можна підрахувати, як часто кожне значення цієї ознаки зустрічається у сукупності;
- статистичні таблиці – узагальнюють вихідні дані. Надалі складають більш складні таблиці, що дозволяють зіставляти ряди розподілів, і, нарешті, комбінаційні таблиці, в яких три або більше ознаки перехрещуються, комбінуються. За допомогою таких таблиць встановлюються, вимірюються і аналізуються зв'язки між ознаками досліджуваної сукупності об'єктів;
- гістограма – це графічне зображення інтервального ряду. По осі абсцис відкладають межі інтервалів, на яких будують прямокутники з висотою, пропорційною щільностям розподілу відповідних інтервалів (пропорційної числу одиниць сукупності, що припадає на одиницю довжини інтервалу). При рівних інтервалах щільності розподілу пропорційні частотам, які і відкладаються по осі ординат;
- кумулятивні криві. Кумулята вказує на вірогідність якої-небудь випадкової величини, тобто величини, що приймає залежно від випадку те або інше чисельне значення, задається вказівкою можливих значень цієї величини і відповідної їй вірогідності.

Аналіз даних, його методи

Методи, які застосовують соціологи для аналізу даних, різноманітні. Вибір конкретного методу залежить, в першу чергу, від характеру дослідних гіпотез, тобто від того, на які питання ми хочемо отримати відповідь. Різноманітні техніки багатовимірної аналізу дозволяють одночасно досліджувати взаємини двох і більше змінних і в тій чи іншій формі перевіряти гіпотези про причинні зв'язки між ними. У реальному дослідженні кожне уточнення вихідних гіпотез або висунення нової гіпотези в ході аналізу результатів призводить до необхідності вибору нової техніки аналізу даних. Крім характеру дослідних гіпотез на вибір методів статистичного аналізу впливає і природа отриманих соціологом даних.

Методи, які використовуються для аналізу зв'язку між двома номінальними змінними, також будуть відрізнятися від методів аналізу зв'язку між номінальною змінною і змінною, яку вимірюють на інтервальному рівні. Таким чином, вибір тієї чи іншої статистики буде залежати і від цілей аналізу, і від рівня вимірювання змінних, які досліджуються.

Існує два основні класи завдань, що вирішуються за допомогою статистичних методів аналізу. Завданням дескриптивної (описової) статистики є опис розподілу змінної ознаки в конкретній вибірці. Методи дескриптивної статистики дозволяють також аналізувати взаємозв'язок між різними змінними. Інший клас завдань, пов'язаний з необхідністю вивести властивості великої сукупності, ґрунтуючись на наявній інформації про властивості вибірки з цієї сукупності, вирішується за допомогою методів індуктивної статистики, або теорії

статистичного висновку, що базується на ймовірнісному підході до прийняття рішень. Користуючись такою моделлю для аналізу отриманих вибірових даних, соціолог, зазвичай, також застосовує деякі методи статистичного висновку, що дозволяють визначити, чи виконуються виявлені ним при аналізі даних відношення на рівні великої сукупності, з якої була виділена вибірка.

Метою в аналізі даних буде швидше якісне, змістовне розуміння суті цих методів, засноване лише на математичних уявленнях і, в деяких випадках, на інтуїтивному розумінні „фізичного сенсу” статистичних моделей. Таке розуміння може служити певним фундаментом для більш глибокого вивчення прикладної статистики. Крім того, воно необхідне для того, щоб самостійно формулювати завдання аналізу даних і орієнтуватися в існуючій різноманітності методів і технік, що використовуються іншими дослідниками при вирішенні цих завдань.

Підведення підсумків та впровадження результатів дослідження

Після того як вся змістовна робота пророблена, можна приступати до складання звіту. Структура звіту виглядає так: програма дослідження; характеристика вибіркової сукупності респондентів (кого опитували, в якій кількості, відомості про соціально-демографічних „паспортних” характеристики респондентів, зв'язку між ними і т.д.); уявлення, аналіз та інтерпретація отриманих даних, результатів дослідження; практичні рекомендації; основні висновки; додатки (таблиці, графіки, схеми, діаграми). Відповідно до змісту того чи іншого конкретного дослідження обсяг звіту може бути різним: від декількох десятків до декількох сотень сторінок. Характер звіту багато в чому залежить від типу дослідження – проводилося воно згідно з науковими або прикладними цілями.

Вимоги до звіту:

- 1) у звіті мають бути відображені всі групи проблем відповідно до логіки наукового пошуку, що вимагає узагальнення, аналізу результатів;
- 2) у кожному розділі звіту необхідно прагнути виділити дві частини:
 - а) проблеми і результати,
 - б) висновки;
- 3) для аналізу і звіту результати окремих анкетних питань повинні максимально узагальнюватися;
- 4) правильне оформлення звіту.

Для того щоб правильно використовувати отримані соціологічні дані, необхідно враховувати важливі методологічні положення:

- характер оцінки та інтерпретації соціологічних даних здебільшого вже зумовлений на стадії концептуального оформлення дослідження, коли з'ясувалися якісні характеристики досліджуваного явища;

- інтерпретація і логічна обробка отриманих даних залежать від глибини знання дослідником об'єкта і предмета;
- велике значення для інтерпретації соціологічних даних має соціальний досвід дослідника.

Грамотно проведений аналіз результатів соціологічних досліджень дозволяє ефективно використовувати їх в управлінській діяльності, плануванні, прогнозуванні соціальних процесів.

Важливою формою використання є захист результатів дослідження перед відповідними керівниками підприємств. Ще однією розповсюдженою формою використання результатів є публікація матеріалів соціологічних досліджень у різних збірниках статей, наукових журналах, засобах масової інформації.

Неодмінним компонентом будь-якого звіту є підготовка рекомендацій, що представляють собою перелік основних пропозицій, що впливають з аналізу звітних даних. Рекомендації носять стверджувальний характер і в них вноситься лише те, що підлягає впровадженню в наукову або практичну діяльність. При цьому слід мати на увазі, що у разі сумніву в правильності або необхідності висунутих рекомендацій зацікавлені особи повинні мати можливість знайти необхідні обґрунтування в контексті звіту. Якщо ж і в аналітичній розділі з якихось причин не внесені потрібні розрахунки і обґрунтування висунутих практичних пропозицій, то повинно бути вказано, які додаткові дослідження необхідно провести.

Результати соціологічних досліджень можуть бути викладені в різних формах. Це може бути певна соціологічна інформація, яка сама собою є багатим джерелом відомостей про соціальні явища, процеси. Використання її допомагає розібратися в багатьох соціальних проблемах.

Для розв'язування конкретних завдань можуть розроблятися практичні пропозиції, наприклад, щодо усунення стримуючих і активізації сприяючих чинників позитивних змін досліджуваного явища, запровадження певних коригуючих заходів.

У результаті проведеного дослідження соціологи можуть запропонувати також низку методичних розробок (вказівок чи заходів), метою яких є пошук шляхів цілеспрямованого вдосконалення соціальних організацій, сприяння позитивним соціологічним змінам, оптимізація соціальної структури соціальних спільнот.

На підставі матеріалів соціологічного дослідження можуть розроблятися соціальні проекти – конкретні пропозиції щодо застосування нових форм організації, управління тощо. Методичні матеріали й соціальні проекти подаються у вигляді соціальних технологій.

Завершується соціологічне дослідження складанням пояснювальної записки і звіту за результатами дослідження. До звіту оформляються додатки. У додатках уміщують таблиці,

дані яких ілюструють положення всіх розділів звіту. Тут також подають основні методичні матеріали, за якими велося дослідження.

Звіт має бути максимально коротким і концентрувати основну увагу на висновках та рекомендаціях. У ньому доцільно подати інформацію про завдання дослідження, в які строки його було проведено, які джерела інформації було використано. Формулюючи основні результати дослідження, важливо наголосити на наявності соціальних проблем та чинників, що заважають їх розв'язанню. Найважливіші положення звіту мають бути проілюстровані переконливими статистичними даними, що не потребують особливих пояснень. До запропонованих заходів слід додати висновки щодо очікуваного від них економічного й соціального ефекту, означити способи контролю успішності нововведень і дати перелік служб, органів управління, відповідальних за їх здійснення.