

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет культури і мистецтв  
Інститут журналістики і міжнародних відносин

**Олександр ХОЛОД**

# **МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Підручник

Львів  
**ПАІС**  
Видавництво Львів  
2014

**ББК С 550.74я73–1**  
**УДК [316.77:001.891] (075.8)**  
**X 73**

**Рецензенти:**

*Л. М. Городенко* – доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор, завідувач кафедри електронних видань і  
медіадизайну Київського національного університету імені  
Тараса Шевченка

*С. Д. Демченко* – доктор наук із соціальних комунікацій,  
професор, завідувач кафедри масової та міжнародної  
комунікації Дніпропетровського національного університету  
імені Олеся Гончара

**Холод О. М.**

**X 73** **Методологія досліджень соціальних комунікацій : підручник /**  
**О. М. Холод. – Львів : ПАІС, 2014. – 280 с.**

**ISBN 978-617-7065-23-3**

У підручнику розглянуто методологію наукового пізнання,  
методи емпіричного дослідження та методи теоретичного дослід-  
ження, загальні методи і загальнонаукові методи.

Для студентів, науковців-викладачів, а також тих, хто здійснює  
дослідження в межах наукової галузі «Соціальні комунікації».

**ББК С 550.74я73–1**

**ISBN 978-617-7065-23-3**

© Холод Олександр, 2014  
© ПАІС, 2014

# ЗМІСТ

## ВСТУП

<b>ДО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»</b> .....	5
1. Основні терміни навчального курсу .....	5
2. Актуальність навчальної дисципліни.....	23
3. Об'єкт і предмет навчального курсу.....	24
4. Структура навчальної дисципліни .....	25
5. Концепції соціальних комунікацій.....	27

## РОЗДІЛ 1

<b>МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ</b> .....	44
1.1. Методологія як наука .....	44
1.2. Наукове знання, його специфіка і будова.....	65
1.3. Основні особливості наукового пізнання .....	67
1.4. Специфіка пізнання соціальних явищ.....	68
1.5. Історичний характер науки і наукового пізнання.....	71
1.6. Структура і рівні наукового пізнання .....	72
1.7. Проблема – гіпотеза – теорія .....	76
1.8. Взаємодія наукової теорії і практики.....	80
Список використаних і рекомендованих джерел.....	81
Питання для самоперевірки .....	84
Навчальні завдання.....	85
Теми рефератів.....	85
Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій .....	86

## РОЗДІЛ 2

<b>ЗАГАЛЬНІ ТА ЗАГАЛЬНОНАУКОВІ МЕТОДИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ</b> .....	87
2.1. Загальні методи .....	87
2.1.1. <i>Діалектичний метод</i> .....	87
2.1.2. <i>Методи альтернатив діалектики</i> .....	95
Список використаних і рекомендованих джерел.....	99
2.2. Загальнонаукові методи .....	100
2.2.1. <i>Аналіз</i> .....	100
2.2.2. <i>Синтез</i> .....	101
2.2.3. <i>Абстрагування</i> .....	101

2.2.4. Узагальнення .....	103
2.2.5. Індукція .....	104
2.2.6. Дедукція .....	121
2.2.7. Аналогія .....	136
2.2.8. Моделювання .....	142
2.2.9. Класифікація .....	146
2.2.10. Метод сходження від абстрактного до конкретного .....	147
Список використаних і рекомендованих джерел .....	159
Питання для самоперевірки .....	162
Навчальні завдання .....	163
Теми рефератів .....	164
Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій .....	164

### **РОЗДІЛ 3**

<b>МЕТОДИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ .....</b>	<b>165</b>
3.1. Методи теоретичного дослідження .....	165
3.1.1. Формалізація .....	165
3.1.2. Аксиоматичний метод .....	169
3.1.3. Статистичні методи .....	171
3.1.4. Гіпотетико-дедуктивний метод .....	186
Список використаних та рекомендованих джерел .....	198
Питання для самоперевірки .....	200
Навчальні завдання .....	202
Теми рефератів .....	203
Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій .....	203
3.2. Методи емпіричного дослідження .....	204
3.2.1. Спостереження .....	204
3.2.2. Опис .....	212
3.2.3. Вимірювання .....	260
3.2.4. Експеримент .....	268
Список використаних і рекомендованих джерел .....	274
Питання для самоперевірки .....	275
Навчальні завдання .....	276
Теми рефератів .....	277
Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій .....	278

Витоки соціальної комунікації пов'язані з вивченням соціальних чинників, які сприяють формуванню соціального знання й оцінних категорій комунікації. Саме ключове поняття «Соціальні комунікації», що було центральним для соціології ХХ століття, зазнало зміни. Сьогодні воно застосовується в трьох методологічних контекстах. Ці три підходи в певних аспектах навіть суперечать один одному. Перш за все, ця причина не дозволила донині збудувати струнку теорію соціальної комунікації.

**Ф. І. Шарков**

## **ВСТУП**

### **ДО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»**

#### **1. Основні терміни навчального курсу**

Основними термінами навчального курсу треба вважати ті, які виражені загальними та спеціальними поняттями, а саме: метод, методологія, методика, соціальні комунікації, соціологія комунікацій, психолінгвістичні методи, соціолінгвістичні методи, методи дослідження в документознавстві, архівознавстві, книгознавстві, бібліотекознавстві, бібліографознавстві, методи дослідження в теорії та історії журналістики, видавничій справі та редагуванні, методи дослідження прикладних соціально-комунікаційних технологій, соціальної інформатиці.

Слово «**метод**» походить від грецького «*methodos*», що означає «шлях дослідження». Тлумачні словники пропонують ще й значення «теорія», «вчення». Методом називають спосіб досягнення будь-якої мети, вирішення конкретного завдання; сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного пізнання дійсності.

У філософії методом називають спосіб побудови й обґрунтування системи філософського знання.

Існує також термін «науковий метод». Автори сайту *merriam-webster.com/dictionary* пропонують визначати термін «науковий метод» як принципи і процедури для систематичного пошуку знання, які включають розпізнавання і формулювання проблеми, збір даних завдяки спостереженню і експерименту, а також формулювання гіпотез для подальшої їхньої перевірки. Слід зважити на тлумачення терміна «науковий метод» з позицій технічних наук. Наприклад, навчальний словник англійської мови визначає науковий метод як процес, який здійснюють учені для перевірки ідей і теорій за допомогою експерименту й обережного спостереження. Іншими словами, науковий характер методу визначається здатністю принципів і процедур бути перевіреними завдяки додатковим процедурам (експерименту чи спостереженню).

Слід відрізнити термін «метод» від терміна «методологія».

Слово «**методологія**» (від грец. «*μεθοδολογία*») тлумачать як «вчення про способи» (хоча буквально давньогрецьке слово «*μέθοδος*» означає «шлях услід за будь-чим»). Існує переклад більш літературний і стилізований: вчення про методи, методики, засоби пізнання.

За структурою розглядають методологію теоретичну і практичну.

*Теоретична* методологія, яка досліджує пізнавальний аспект явищ світу, прагне до ідеального знання.

*Практичну* методологію залучають для розв'язання проблем, що пов'язані із цілеспрямованим перетворенням довколишнього світу. Практична методологія спрямована на пошук програми дій, пошук прийомів і засобів досягнення практичної мети.

В методології виокремлюють такі складники:

- 1) підстави методології;
- 2) характеристики діяльності;
- 3) логічна структура діяльності;
- 4) часова структура діяльності;
- 5) технологія виконання.

Характеристики діяльності зумовлені особливостями і принципами, умовами й нормами діяльності.

Підставами методології є філософія і логіка, системологія і психологія, інформатика і системний аналіз, наукознавство, етика й естетика.

Логічну структуру діяльності визначено поняттями «суб'єкт», «об'єкт», «предмет», «форми», «засоби», «методи», «результат діяльності», «вирішення завдань» тощо.

Своєю чергою, часовій структурі діяльності відповідають категорії «фази», «стадії» та «етапи».

Останнім складником методології вважають технологію виконання роботи та вирішення завдань, яку характеризують засоби, методи та прийоми.

Методологію слід розгалужувати на:

1) *змістову* (вивчення законів і теорій, структури наукового знання та критеріїв науковості, а також системи методів, до яких звертаються дослідники);

2) *формальну* (аналіз методів дослідження з позицій їхньої логічної структури й формалізованих підходів до побудови теоретичного знання, його істинності й аргументованості).

До основних термінів навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій» треба віднести і поняття «методика». Частіше методикою називають процедуру дослідження. Методика близька до поняття «технологія» або «рецепт».

Кожна методика повинна відповідати певним *вимогам*. Серед таких називають: реалістичність (відповідність тим реаліям, які дають можливість максимально реалізувати поставлену мету); поновлюваність, або повторюваність (будь-яку методику можна повторити й під час здійснюваних процедур дати можливість поновити результати, отримані раніше за таким самим «рецептом», порядком); виразність (методика повинна мати чіткий і зрозумілий перелік процедур); обґрунтованість (перелік процедур відповідати меті і завданням дослідження); результативності (кожна методика повинна тягнути за собою конкретний результат, наслідок).

Сьогодні термін «**соціальні комунікації**» трактують по-різному.

Автори журналу «Комунікація» Г. Г. Почепцов та В. В. Різун пропонують визначати соціальну комунікацію як обмін між людьми або іншими соціальними суб'єктами цілісними знаковими повідомленнями, у яких відображені інформація, знання, ідеї, емоції тощо, зумовлений цілим рядом соціально значимих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у цьому

суспільстві. Автори статті про комунікацію додають, що словосполучення «соціальна комунікація» трактують так:

- 1) передача інформації, ідей, емоцій у вигляді знаків, символів;
- 2) процес, що пов'язує частини соціальної системи одна з одною;
- 3) механізм, який дозволяє визначати поведінку іншої людини.

Почепцов Г. Г. вважає, що соціальні комунікації налаштовані на управління соціальними системами, маючи для цього і короткотривалий (тактичний), і довготривалий (стратегічний) інструментарій. Освіта, бібліотеки чи наука як стратегічний інструментарій підтримують переважальні моделі світу, які належать цьому виду суспільства.

Декрет Другого Ватиканського собору від 4 грудня 1963 року запропонував таке визначення терміна, що обговорюється: «соціальні комунікації – це процес який відбувається серед людей і для людей».

Наприклад, В. В. Різун вважає, що під соціальними комунікаціями необхідно розуміти таку систему суспільної взаємодії, яка передбачає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціальнокомунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії». Слід звернути увагу на обмеження в понятійному плані, які пропонує враховувати В. В. Різун: такі «комунікації є соціально маркованими, бо передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей». Автор попереджає про те, що «соціальні комунікації утворюються за законами спілкування, але, як і будь-які технологічні речі, передбачають використання наукових знань про спілкування та про все, що використовується для організації суспільно комунікаційної справи».

Гавра Д. П. вважає, що соціальною комунікацією слід вважати ефективну синхронну й діяхронну взаємодію соціальних суб'єктів (людей і (або) їх спільнот), суттю якої є рух від одного суб'єкта (джерела) до іншого (одержувача), що несе для них смисл інформа-



ції (комунікаційної субстанції або повідомлення в ідеальній або ідеально-матеріальній формі).

Відмінними рисами комунікації є: 1) наявність двох і більше соціальних суб'єктів (людей, їх спільнот), що беруть участь у процесі передачі-прийому інформації; 2) наявність повідомлення, що містить у закодованому вигляді соціально (індивідуально) значиму інформацію.

Отже, соціальна комунікація – це взаємодія двох і більше соціальних суб'єктів, вмістом і результатом якої є переміщення інформації (соціально значимих смислів у закодованій формі) від одного суб'єкта (суб'єктів) до іншого (інших).

І В. В. Різун, і В. О. Ільганаєва й О. М. Холод розрізняють терміни «соціальна комунікація» (однина) і «соціальні комунікації» (множина).

Ільганаєва В. О. вважає, що соціальна комунікація (однина) як феноменологічний прояв об'єкта теорії соціальних комунікацій – це цілеспрямований обмін соціально значущою для її учасників інформацією й знаннями. Автор пояснює, що інформація ґрунтується на програмованій комунікативній дії». При цьому, на думку В. О. Ільганаєвої, яка посилається на С. В. Бориснева, соціальна комунікація є «діяльністю людей, яка зумовлена цілою низкою соціально значущих оцінок, конкретних ситуацій, комунікативних сфер і норм спілкування, прийнятих у даному суспільстві». З іншого боку, соціальну комунікацію розуміють як обмін інформацією між соціальними суб'єктами. Обмін, згідно з авторкою, яка посилається на Ф. І. Шаркова, може здійснюватися між індивідами, індивідом і суспільством, спільнотами, спільнотами й інститутом, соціальними інститутами тощо.

Слід зазначити, що соціальну комунікацію (однина) А. В. Соколов тлумачить дещо інакше, вважаючи її рухом смислів у соціальному часі й просторі. Соколов А. В. трактує соціальну комунікацію як механізм надбудови, утворення стійкої і поновлюваної узгодженості. Автор наполягає на тому, що соціальна комунікація здійснюється за рахунок певних знакових систем, що і є засобом зв'язку в суспільстві. Дослідник вважає соціальну комунікацію (однина) таким обміном, який забезпечує кооперативну взаємодопомогу. Саме така взаємодопомога робить можливою координацію дій

великої складності. Згідно з А. В. Соколовим, соціальну комунікацію визначає те, що вона:

1) характеризує найважливіший спосіб реалізації соціальних зв'язків між людьми;

2) фіксує умови й універсальний соціально-психологічний механізм взаємодії соціальних суб'єктів, ступінь ефективності якого виявляє себе на всіх рівнях соціокультурної організації суспільства;

3) означає особливий вид мотивованої і цілеумовленої активності, спрямованої на обмін ідеями, знаннями й досвідом, уявленнями й емоціями, нормативно-ціннісними зразками діяльності й поведінки, що пронизують всі сторони образу життя людей.

Ільганаєва В. А., здійснюючи тлумачення соціальної комунікації А. В. Соколовим, пояснює, що визначення соціальної комунікації як феноменологічного ефекту дає можливість розуміти його (ефект) як систему «соціальних комунікацій завдяки об'єднанню обширної і багатообразної за змістом комунікаційної діяльності в суспільстві, що породжує її об'єктне підґрунтя».

Соціальну комунікацію Ф. І. Шарков вважає предметом спеціальної галузі соціології – соціології комунікації. Автор навіть називає таку галузь «соціокомунікація», підкреслюючи її соціологічне коріння. Дослідник пропонує вивчати соціальну комунікацію завдяки ознайомленню з різними напрямками, науковими школами, теоріями, які він умовно об'єднав у три групи комунікації, що ґрунтуються на:

- соціальній,
- мовній,
- суто комунікативній основі.

Джерелами соціальної комунікації Ф. І. Шарков вважає вивчення соціальних факторів, які формуванню соціального знання й оцінних категорій комунікації. Автор вважає, що термін «соціальна комунікація» нині застосовують у трьох методологічних контекстах. *Перший* підхід орієнтований на вивчення «комунікативних засобів з метою їх використання для реалізації соціальних функцій комунікації». *Другий* підхід ґрунтується на проблемах міжособистісної комунікації. *Третій* підхід пов'язаний із проблемами впливу масової комунікації на розвиток суспільних відносин. Графічно методологічні підходи до вивчення соціальної комунікації подано в схемі (див. рис. 1).



*Рис. 1. Підходи до вивчення соціальної комунікації*

Запропоноване Ф. І. Шарковим бачення вивчення соціальної комунікації враховує концептуальні підходи до соціальної комунікації як до галузі соціології. Але для формування повного уявлення до вивчення багатогранного явища соціальних комунікацій (множина) з позицій проектування моделей спілкування слід звернутися до терміна «соціально-комунікаційний інжиніринг», який вживається в працях комунікативістів-медіазнавців Г. Г. Почепцова, В. В. Різуна. Значення цього терміна розглядають при врахуванні значення терміна «інжиніринг – творче застосування наукових методів і принципів до проектування і розробки будівель (споруд), машин, апаратів, виробничих процесів і методів їх використання окремо або в комбінації; до будівництва й експлуатації, прогнозам поведінки всього цього в специфічних умовах експлуатації – при обліку функціонального призначення, економічності використання і безпеки для життя і майна». Термін «інжиніринг» також трактують як «послуги інженерно-консультативного плану або відповідні роботи, які мають дослідницький, проектно-конструкторський або розрахунково-аналітичний характер... інжиніринг створює об'єкти і продумує їх експлуатацію, базуючись на наукових знаннях». Інжинірингом також називають підготовку техніко-економічних обґрунтувань проектів, надання рекомендацій в області організації виробництва і управління... Інжиніринг передбачає надання рекомендацій відносно доріг і прийомів реалізації продукції... Основний процес інжинірингу – розробка виробничих технологій. Різун В. В. у виступі на пленарному засіданні першого Міжнародного симпозіуму «Світ соціальних комунікацій» (20–21 квітня 2011 року) визначив, що «...методологічним підходом до вивчення явищ, процесів, функцій

соціальних комунікацій є соціально-комунікаційний підхід: фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціально-комунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу».

Аналіз інжинірингу з позицій соціальних комунікацій дозволяє перефразувати визначення й прийняти його у такому формулюванні: *соціально-комунікаційний інжиніринг* – це створення, прогнозування, адаптація і реалізація комунікаційних технологій, стратегій і моделей соціальної дії, взаємодії і стосунків між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу). Вивчення соціальних комунікацій із позицій соціально-комунікаційного інжинірингу графічно зображено на рис. 2.

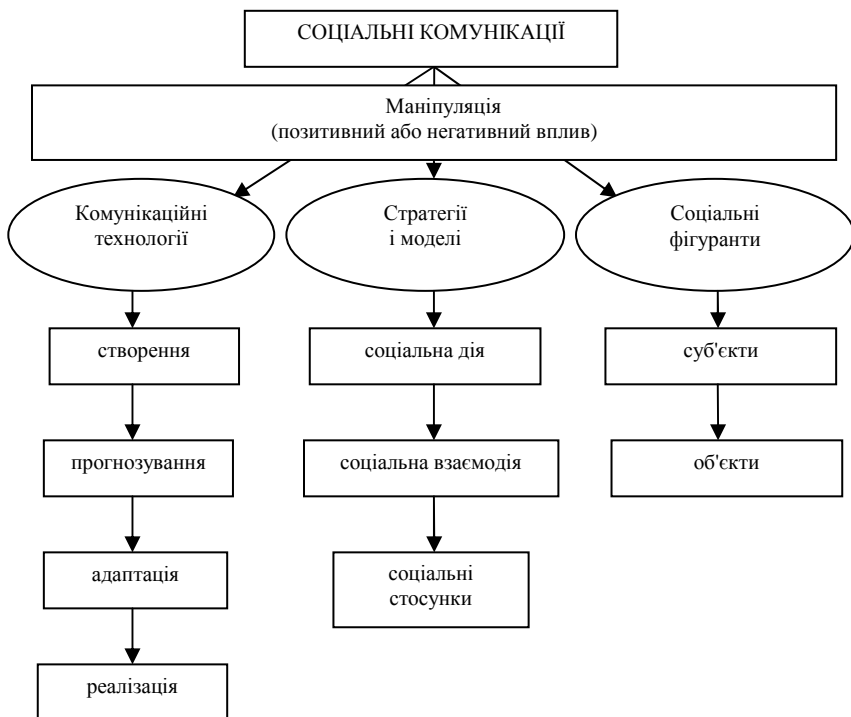


Рис. 2. Вивчення соціальної комунікації з позицій соціально-комунікаційного інжинірингу

Визначаючи основні вимоги до формулювання дефініції терміна «соціальні комунікації», В. В. Різун запропонував такий перелік елементів:

1) різні види організованої публічної інституціолізованої взаємодії (комунікаційної діяльності) у суспільстві між соціальними інститутами й споживачами відомостей, які продукуються, зберігаються та поширюються цими інститутами;

2) за допомогою комунікаційних технологій та технологічно визначених каналів, способів і засобів зв'язку;

3) при наявності виробництва відомостей (соціальної інформації);

4) які створюються залежно від потреб, мети, завдань і стратегічно спрямовані на формування соціального поля, громадської думки, впливають на прийняття рішень у соціумі;

5) це такі види комунікаційної діяльності, які передбачають утворення суспільної комунікаційної системи, що функціонує за законами спілкування і включає соціальнокомунікаційні інститути, тобто такі соціальні інститути, які спеціалізуються на комунікаційній діяльності.

На думку В. В. Різун, основними ознаками соціальних комунікацій є те, що вони:

- рукотворні, штучні, придумані людьми, фахівцями, є артефактами;

- технологічні;

- забезпечують функціонування ідей, відомостей, поглядів тощо (соціально значущої інформації) у вигляді різних документів;

- стратегічні;

- системні;

- організовані;

- інституціалізовані й передбачають створення соціально-комунікаційних інститутів та наявність у них професіоналів;

- публічні;

- мають діяльнісний характер, перетворюють спілкування у комунікаційно-виробничу діяльність;

- передбачають продукування ідей, відомостей, поглядів тощо у вигляді творів (інформаційне виробництво);

- не можуть існувати без соціальної пам'яті;

- тримаються не тільки на морально-етичних засадах, а мають і правову основу.

Соціологи пропонують визначати соціальні комунікації як область наукового знання, що займається вивченням процесів поширення і циркуляції інформації в суспільстві. Автори сайту додають: «соціальна комунікація – складне суспільне явище, що включає сукупність ідей, теорій, стосунків, організацій і установ». Вони вважають, що соціальну комунікацію треба розгалужувати на три групи за різними ознаками:

1 група – міжособистісна, групова чи масова (ознака: характер цільової аудиторії);

2 група – офіційна й неофіційна (ознака: джерело повідомлення, його автор);

3 група – вербальна та невербальна (ознака: наявність/відсутність мовлення як засобу спілкування).

Нині соціальну комунікацію називають предметом соціології, який вивчає передачу і здобуття смислової та оцінної інформації і в плані впливу на їх відношення до соціальних цінностей цього суспільства, і соціуму загалом.

Надалі термін «соціальні комунікації» вжито тільки в множині і у таких значеннях:

1) соціально-комунікаційний інжиніринг (процес створення, прогнозування, адаптація і реалізація комунікаційних технологій, стратегій і моделей соціальної дії, взаємодії і стосунків між соціальними фігурантами (суб'єктами й об'єктами) з метою здійснення маніпуляції (позитивного або негативного впливу);

2) наукова галузь «соціальні комунікації» (елемент науки як творчої діяльності з отримання нових знань і результат цієї діяльності у вигляді цілісної системи знань, сформульованих на основі певних принципів; система знань про закономірності розвитку природи, суспільства і мислення).

Отже, надалі термін **«соціальні комунікації»** вжито у значенні *галузь знань, що вивчає організаційно впорядковану систему документів, їх масиви, продукти засобів масової комунікації та інформаційні технології, що забезпечують реалізацію інформаційних процесів і намірів при безпосередній участі членів комунікативного процесу.*

У навчальному курсі вживають термін **«соціологія комунікацій»**, який тлумачать як галузь соціології, що займається дослі-

дженням ролі і місця комунікації в суспільстві, а також впливом, який вона здійснює на свідомість і поведінку індивідів. Соціологія комунікацій здебільшого має справу з вивченням процесів передачі інформації між соціальними групами, а не міжособовим спілкуванням, яким переважно займається психологія, тому замість терміна «соціологія комунікацій» часто використовують термін «соціологія масових комунікацій».

Термін **«психолінгвістичні методи»** трактують як основні засоби аналізу соціально-комунікаційного інжинірингу завдяки пошуку причиново-наслідкових зв'язків між мовою, мовленням та породженням і сприйняттям їх комунікатором і комунікантом. Соціолінгвістичними методами треба називати такі, які дозволяють здійснювати пошук причиново-наслідкових зв'язків між мовою і мовленням та індивідами, представниками певних соціальних груп, спільнот, класів, інститутів, суспільств тощо.

Методами дослідження в **документознавстві** називають такі шляхи наукового пошуку, які допомагають з'ясувати причиново-наслідкові зв'язки між інформацією, розміщеною в різних видах документів, і тими, хто готує, транслює, сприймає та інтерпретує її.

Методами дослідження в **архівознавстві** вважають сукупність прийомів, спрямованих на пошук причин і наслідків зв'язків між інформацією, що міститься в архівних документах, і тими, хто таку інформацію дешифрує, а також спрямованих на засвоєння та рефлексію системи знань з історії зародження і розвитку архівної справи; пошук шляхів формування національних архівних фондів і становлення архівної системи та діяльності державних архівних установ; досягнення знання основних принципів комплектування, зберігання і використання інформаційно-документальних ресурсів.

А. Беловицька вважає, що методами дослідження в **книгознавстві** є такі шляхи наукового пізнання, які спрямовані на узагальнення теоретичної моделі загального книгознавчого способу пізнання – дослідження, пояснення суті, способу існування, розвитку, зміни форм книги як об'єктивного явища соціальної дійсності і фундаментальної книгознавчої категорії. Методи дослідження в книгознавстві – це «способи створення моделі обґрунтування і розгортання вмісту, і структури об'єкта, і предмета книгознавчого знання», а також – «моделі способу побудови і розгортання вмісту системи наукового

знання в його міждисциплінарній і внутрішньо дисциплінарній організації, яка співвідноситься з іншими науками». Завдяки методам дослідження в книгознавстві з'являється можливість дістати знання про способи адекватного викладу самого процесу і результатів досліджень у предметі книгознавства, способу розробки понятійної системи книгознавства.

Методами дослідження в **бібліотекознавстві**, на думку авторів праці «Бібліотекознавство», слід вважати способи пошуку, встановлення й опису документно-комунікаційного характеру бібліотеки, теоретичного обґрунтування бібліотеки як наукового поняття й об'єкта реальності у всіх її зв'язках і опосередкуваннях. Методи дослідження в бібліотекознавстві спрямовані на встановлення причин і наслідків у зв'язках між бібліотекою як системою і формами суспільного користування творами друку, і читачами як тими, хто дізнається про зразки й моделі поведінки соціальних акторів минулого, теперішнього і майбутнього. Методологія дослідження в бібліотекознавстві спрямована на вивчення теорії, історії, технологій, методики й організації бібліотечної справи, оптимізації соціального використання інформації у вигляді публікацій, через бібліотечну справу.

Методами дослідження в **бібліографознавстві** як галузі інформаційної діяльності, вважає А. Гречихін, є шлях пошуку, фіксації та рефлексії стану і розвитку бібліотечної справи в різних країнах та регіонах, складання бібліографічних описів, анотування, реферування, складання бібліографічних оглядів, а також формулювання бібліографічної критики (рецензування). Методи дослідження в бібліографознавстві дозволяють вивчати спеціальну бібліографічну евристику, особливу увагу якій приділяють зараз в інформатиці, бібліографічну евристику для окремих видів, методів, завдань, тем інформаційного пошуку, а також способи ущільнення знання, своєрідної бібліографічної редукції інформації (знання). Завдяки методам дослідження в бібліографознавстві досягається фіксація всього потоку знань, здійснюється шлях від його оцінки як соціально значимої до необхідних рекомендацій про ефективне використання найкоштовнішої інформації кожним конкретним членом суспільства. Завдяки методології дослідження в бібліографознавстві утворюється своєрідна інформаційна модель світу бібліографічної картини світу як однієї з найважливіших форм пізнання і світогляду.



Термін «методи дослідження в **теорії та історії журналістики**», на думку Ю. Бауман, тлумачать як шляхи пошуку визначення журналістики та її специфіки у суспільному житті, її функцій та засад, природу журналістської творчості. Методи дослідження в теорії та історії журналістики спрямовані на вивчення загальних жанрологічних проблем, шляхи аналізу окремих явищ та журналістського процесу загалом. Теорія журналістики виростає на ґрунті вивчення її історії і є узагальненням безкінечного числа явищ до кінцевого числа найважливіших законів.

Термін «методи дослідження в **видавничій справі та редагуванні**» слід тлумачити як основні засоби встановлення передумов, умов і послідовності операцій та дій, необхідних для створення, випуску і поширення видання, а також пошук шляхів виконання організаційно-управлінських функцій, кваліфікований контроль за редакційно-видавничим процесом упродовж його реалізації. Методи дослідження у видавничій справі та редагуванні передбачають вивчення економічних факторів для видання рентабельної книги й отримання доходу від її реалізації, здійснення редактором кваліфікованого обліку економічних показників при підготовці і тиражуванні книги. Завдяки методам дослідження у видавничій справі та редагуванні поширюють знання, інформацію про досягнення науки, техніки і культури, які сприяють прогресові суспільства.

Методологія дослідження **редакторської діяльності**, як вважають автори праці «Основи редагування», пов'язана з процесами комерціалізації книговидавання. «Редактор має бути завжди готовий відповісти на питання: яка книга потрібна читачеві, а ще точніше – яку книгу в змозі купити читач. У роботі над книгою редактор не може ігнорувати уявлення, що склалося, про неї як про товар. Проте він повинен знати, як забезпечити в книзі поєднання духовного і матеріального».

На думку М. Феллера та З. Партико, термін «методологія редакторської діяльності» пов'язаний із вивченням процесів, що опосередковано (організаційно) пов'язані з готуванням повідомлень до публікування (оприлюднення). Автори вважають, що методологію редагування застосовують для пошуку і визначення засад «безпосереднього готування (редагування) повідомлень до публікування (оприлюднення)». Згадану методологію залучають для дослідження систе-

ми знань про практику редагування, або правил внесення змін безпосередньо в саме повідомлення. Завдяки методології дослідження у редакторській діяльності здійснюється опис, пояснення і прогноз функціонування тих суб'єктів та об'єктів, які беруть участь у процесі редагування, зокрема у формі постулатів, законів, закономірностей, методів, методик, норм тощо.

У навчальному курсі вживають термін «методи дослідження **прикладних соціально-комунікаційних технологій**», який слід тлумачити завдяки зверненню до принципів і процедур, спрямованих на пошук, визначення, опис і способи втілення виробничого процесу соціально-комунікаційних взаємин між індивідами. Причому методи прикладних соціально-комунікаційних технологій передбачають вивчення саме тих процедур, технік, рецептів, моделей, які можна без особливих на те зусиль повторити, дублювати, отримавши наприкінці процесу застосування передбачуваний результат.

Термін «методи дослідження в **соціальній інформатиці**» в навчальному курсі має таке тлумачення: основні засоби пошуку принципів і законів взаємодії інформаційно-комунікаційних технологій з людиною на особистих, організаційних і суспільних рівнях, а також залучення результатів функціонування соціально-комунікаційних технологій до суспільної галузі завдяки «моделюванню, синхронним та інформаційним системам за допомогою інформаційної архітектури. Методи дослідження в соціальній інформатиці слід розуміти як прагнення знайти провідні засоби розумного ставлення індивідів до інформаційно-комунікаційних технологій як до інструментів, за словами В. Веховара, «дослідження суспільної науки від статистичного аналізу до комп'ютерного збору даних у віртуальній співпраці і кібернетичній інфраструктурі».

За словами А. Князева, методи дослідження в соціальній інформатиці покликані вивчати гуманітарні аспекти «розвитку інформаційних засобів і систем, характер, форми (...), технології, а також результати їхнього впливу на соціальну сферу». Методи дослідження в соціальній інформатиці як «комбінації традиційних інформаційних наук» (визначення належить С. Соєру та Г. Розенбауму) допомагають торувати шлях вивчення «соціальних результатів в оформленні, впровадженні й використанні важливих інформаційних

і комунікаційних технологій у широкому розумінні соціальних й організаційних процесів». Варто врахувати те, що методи дослідження в соціальній інформатиці використовують для з'ясування причинно-наслідкових зв'язків між інформаційними та комунікаційними інструментами в культурному та інституційному контекстах. Методи дослідження в соціальній інформатиці вивчають шляхи, якими «технологічні артефакти і людський соціальний контекст взаємно утворюють інформаційно-комунікаційний технологічний ансамбль». Необхідно пам'ятати, що завдяки методам дослідження в соціальній інформатиці можна знайти шлях, як вважають автори «Сайту про соціальну інформатику», «підвищення ефективності функціонування суспільства знань на основі синтезу соціальних і інформаційних технологій». Як вважають Оксана Матвієнко та Михайло Цивін, пошуком закономірностей та форм руху інформації у суспільстві, виникнення якої зумовлене необхідністю вивчення процесів інформатизації суспільства та їхнього впливу на роль та умови існування людини, повинна займатися методологія досліджень соціальної інформатики.

Деталізовані й уточнені значення наведених раніше термінів надалі будуть активно вживатися впродовж викладу основних положень навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій».

### Список використаних джерел

1. *Бауман Ю.* Міфологія в суспільній свідомості України (аналіз української преси) / Ю. Бауман // Історична міфологія в сучасній українській культурі. – К., 1998. – С. 7.

2. *Беловицкая А. А.* Общее книговедение: учеб. пособ. / А. А. Беловицкая. – М. : Книга, 1987. – 256 с.; а також див.: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook011/01/part-010.htm#2302> (дата звернення: 11.04.2014).

3. Библиотекведение: общ. курс : учеб. пособ. для библ. фак. ин-тов культуры. – М. : Книжная палата, 1988. – С. 12.

4. *Бориснев С. В.* Социология коммуникаций : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.

5. *Гавра Д. П.* Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции (статья) [Електронний ресурс] / Д. П. Гавра. – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/129668/> (дата звернення: 11.04.2014).

6. *Гречихин А. А.* Общая библиография / [Електронний ресурс] / А. А. Гречихин. – Режим доступу : [http://www.gumfak.ru/bib\\_html/biblio/content.shtml](http://www.gumfak.ru/bib_html/biblio/content.shtml) (дата звернення: 11.04.2014).

7. Едитологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Едитологія> (дата звернення: 10.04.2014).

8. Знряддя // Український тлумачний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.sum.in.ua/s/znarjaddja](http://www.sum.in.ua/s/znarjaddja) (дата звернення: 8.04.2014).

9. Инжиниринг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://avisltd.ru/avis/inginiring.php> (дата звернення: 12.04.2014).

10. Инжиниринг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.imperaviakusa.ru/winteq/winteq.php?inc=archive/003\\_2004\\_01/art\\_1](http://www.imperaviakusa.ru/winteq/winteq.php?inc=archive/003_2004_01/art_1) (дата звернення: 12.04.2014).

11. Інформаційні технології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/ Інформаційні технології](http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційні_технології) (дата звернення: 12.04.2014).

12. Інформаційно-комунікаційні технології [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційно-комунікаційні технології](http://uk.wikipedia.org/wiki/Інформаційно-комунікаційні_технології) (дата звернення: 12.04.2014).

13. *Князев А.* Энциклопедический словарь СМИ: Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии et cetera: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы / А. Князев. – Бишкек : Изд-во КРСУ, 2002. – 164 с.

14. *Матвієнко О., Цивін М.* Прикладні соціально-комунікаційні технології: соціоантропний аспект / О. Матвієнко, М. Цивін // Комунікаційні технології : наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 1. – К. : КНУКіМ, 2013. – С. 225–230.

15. Метод [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/196602/Метод> (дата звернення: 17.04.2014).

16. Методика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Методика> (дата звернення: 11.04.2014).

17. Методологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Методологія> (дата звернення: 16.04.2014).

18. Наука [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/ Наука](http://uk.wikipedia.org/wiki/Наука) (дата звернення: 11.04.2014).

19. Основи редакування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bibl.at.ua/load/izdatelskoe\\_delo\\_i\\_poligrafija/osnovy\\_redaktirovaniya/7-1-0-209](http://bibl.at.ua/load/izdatelskoe_delo_i_poligrafija/osnovy_redaktirovaniya/7-1-0-209) (дата звернення: 11.04.2014).

20. *Партико З. В.* Едитологія та її складові частини / З. В. Партико // Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. – Л. : Афіша, 2001. – С. 26–28.

21. *Почепцов Г. Г.* Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г. Г. Почепцов. – М. : Альтерпрес, 2008. – 407 с.

22. *Почепцов Г. Г.* Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2010. – 254 с.

23. *Почепцов Г. Г.* Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.

24. *Різун В. В.* До питання про соціально-комунікаційний підхід у науці / В. В. Різун // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 35–36.

25. *Різун В. В.* Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій / В. В. Різун // Світ соціальних комунікацій. – 2011. – Т. 1. – С. 7–10; 2012. – Т. 2. – С. 6–11.

26. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб. : Издательство Михайлова, 2002. – 449 с.

27. Соціальна комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна комунікація](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_комунікація) (дата звернення: 12.04.2014).

28. Социальная информатика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://soc-inform4.narod.ru/> (дата звернення: 19.04.2014).

29. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / [авт.-сост. В. А. Ильганаева]. – Харьков : КП «Городская типография», 2009. – С. 296–297.

30. Социальная коммуникация [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://sotsiologia.ru/sociology/2007/10/09/sociology\\_6116.html](http://sotsiologia.ru/sociology/2007/10/09/sociology_6116.html) (дата звернення: 11.04.2014).

31. Социология коммуникаций [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Социология коммуникаций](http://uk.wikipedia.org/wiki/Социология_коммуникаций) (дата звернення: 11.04.2014).

32. Спосіб // Український тлумачний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.languag.br.com.ua/спосіб/](http://www.languag.br.com.ua/спосіб/) (дата звернення: 11.04.2014).

33. *Холод О. М.* Соціальні комунікації : соціо- та психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – Львів : ПАІС, 2011. – С. 35.

34. *Холод О. М.* Соціально-комунікаційний інжиніринг як методологія дослідження соціальних комунікацій / О. М. Холод // Світ соціальних комунікацій. – 2012. – Т. 8. – С. 7–12.

35. *Цимбаленко Є. С.* Місце і роль соціальної інформації в інформаційно-комунікаційній структурі / Є. С. Цимбаленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnusoc\\_kom/2010\\_903/content/tsymbalenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vkhnusoc_kom/2010_903/content/tsymbalenko.pdf) (дата звернення: 11.04.2014).

36. *Шарков Ф. И.* Истоки и парадигмы исследований социальной коммуникации / Шарков Ф. И. // Социологические исследования. – 2001. – № 8. – С. 52–61.

37. *Шарков Ф. И.* Основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : Изд. дом «Соц. отношения», изд-во «Перспектива», 2003. – 248 с.

38. Decree on the media of social communications «Inter mirifica» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_en.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_en.html) (дата звернення: 11.04.2014).

39. Scientific method [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/scientific%20method> (дата звернення: 11.04.2014).

40. Scientific method [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.learnersdictionary.com/search/scientific method">scientific method](http://www.learnersdictionary.com/search/scientific_method)

41. *Sawyer S., Rosenbaum H.* Social Informatics in the Information Sciences : Current Activities and Emerging Directions / S. Sawyer, H. Rosenbaum // Informing Science. – 2000. – Vol. 3. – No 2. – P. 89–96.

42. Social informatics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_informatics](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_informatics) (дата звернення: 20.06.2013).

43. *Vehovar Vasja.* Brečko, Vehovar (2008): Informacijsko-komunikacijska tehnologija pri poučevanju in učenju v slovenskih šolah. Ljubljana : Pedagoški inštitut [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vasja.ris.org/c/28/Bibliografija/?preid=0> (дата звернення: 20.02.2014).

44. *Vehovar, V., Čikić, S.* (2003). Učitelji in internet: Primerjava EU – Slovenija 2003. Ljubljana: FDV. – Режим доступу : <http://www.ris.org/>

index.php?fl=2&lact=1&bid=173&parent=13&p1=276&p2=614&id=614  
(дата звернення: 20.02.2014).

## **2. Актуальність навчальної дисципліни**

Актуальність навчального курсу визначається декількома положеннями.

1. Навчальний курс «Методологія досліджень соціальних комунікацій» почали викладати в українських вишах від 2009–2010 навчального року. Перші робочі навчальні програми були складені викладачами Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Інституту журналістики Київського міжнародного університету. Через рік навчальну дисципліну «Методологія досліджень соціальних комунікацій» вже викладали у понад десяти вишах України, де готували фахівців із журналістики, паблік рилейшнз, рекламної справи, документознавства та архівознавства, бібліотекознавства і бібліографознавства. Однією з нагальних проблем тих двох навчальних років стало незнання викладачами певних меж інформації, відсутність діапазону знань, які мають отримати і засвоїти студенти. Проблема існує донині, що й робить актуальним обговорюваний навчальний курс.

2. Виклад навчального матеріалу з методології досліджень соціальних комунікацій є актуальним із двох концептуальних позицій. Перша позиція стосується подальшого визначення меж знань, які повинні отримати студенти. Друга позиція спирається на пошук, опис і визначення власної (для соціальних комунікацій) методології досліджень.

3. Варто зазначити, що друга позиція актуальності, викладена в п. 2, також має двоїстість, а саме: 1) з об'єктивної точки зору, не можна стверджувати, що наукова галузь повинна мати єдину універсальну теорію соціальних комунікацій (що, на жаль, має надію «знайти» певне коло пошукувачів вченого ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій); 2) сім наукових спеціальностей, із яких складається наукова галузь «соціальні комунікації», має власний, іноді досить суперечливий, набір методів і методик, що з діалектичної точки зору чітко обґрунтована. Навчальний курс «Методологія досліджень соціальних комунікацій» вже тому має актуаль-

ність, що пропонує ясну картину диференціації методів на три великі групи: загальнонаукові методи, наукові й галузеві (і теоретичні, і практичні).

4. Актуальність навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій» зумовлена також і тим, що необхідно чітко вирізнити три типи методології згаданих досліджень, а саме: 1) методологію досліджень соціальних комунікацій як соціально-комунікаційного інжинірингу; 2) методологію дослідження методології соціальних комунікацій; 3) методології досліджень у межах кожної окремої спеціальності. Висновок: замало нині тільки вказати на наведену диференціацію, треба здійснити опис і деталізацію кожного із запропонованих методів. Останній висновок дозволяє констатувати актуальність обговорюваного навчального курсу.

Варто зазначити, що п'ятьма викладеними положеннями навряд чи можна обмежити перелік декларованих пунктів актуальності навчальної дисципліни «Методологія досліджень соціальних комунікацій». У майбутньому такий перелік збільшиться, оскільки з часом під впливом нових ідей наукова галузь «соціальні комунікації» буде поповнюватися невирішеними питаннями, які й будуть «вимагати» від добросовісних дослідників формулювання нових нагальних на той час проблем.

### **3. Об'єкт і предмет навчального курсу**

*Об'єктом* вивчення у навчальному курсі «Методологія досліджень соціальних комунікацій» є дослідження соціальних комунікацій, *предметом* – методологія досліджень соціальних комунікацій.

Об'єкт вивчення варто розглядати з таких позицій:

- 1) соціальні комунікації як соціально-комунікаційний інжиніринг;
- 2) соціальні комунікації як наукова галузь;
- 3) «соціальні комунікації» як навчальний курс.

Предмет дослідження вказаний орієнтовно, оскільки, зважаючи на троїстість об'єкта вивчення, виникає необхідність визнати щонайменше три предмети. Варто знати, що в теорії методології будь-якої галузі знань є правомірним твердження про те, що предметів дослідження може бути стільки, скільки дослідник обере сам.



## 4. Структура навчальної дисципліни

Весь матеріал навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій» розбитий на чотири модулі.

Перший модуль має дві теми, другий – три, третій модуль – три теми і останній – четвертий модуль – дві теми.

Далі подано детальний перелік тем, що призначені до вивчення.

Змістовий модуль 1 «Основи наукового методу пізнання в дослідженні соціальних комунікацій».

*Тема 1.* Вступ. Дидактичні основи методології дослідження соціальних комунікацій.

Предмет і завдання курсу «Теорія досліджень соціальних комунікацій». Основні джерела вивчення навчальної дисципліни. Методологічні праці провідних науковців. Значення методології дослідження соціальних комунікацій у системі підготовки майбутніх фахівців.

*Тема 2.* Поняття методу і методології.

Поняття «метод». Поняття «методологія». Порівняння понять «метод» і «методологія» у працях українських і зарубіжних дослідників.

Змістовий модуль 2 «Класифікація методів наукового пізнання в дослідженні соціальних комунікацій».

*Тема 3.* Методи емпіричного дослідження.

Спостереження – цілеспрямоване, організоване сприйняття предметів і явищ. Експериментальний опис спостереження.

*Тема 4.* Методи емпіричного і теоретичного дослідження.

Кількісний опис і проведення різних вимірювальних процедур. Вимірювання як порівняння об'єктів. Експеримент як спостереження в спеціальних контрольованих умовах.

*Тема 5.* Методи теоретичного дослідження в соціальних комунікаціях.

Формалізація як прийом теоретичного мислення. Специфічний метод побудови теорії – аксіоматичний метод. Статистичні методи. Методи сходження від абстрактності до конкретного.

Змістовий модуль 3 «Загальні, загальнонаукові та конкретнонаукові методи дослідження соціальних комунікацій».

*Тема 6.* Загальні методи дослідження соціальних комунікацій.

Діалектичний метод як метод пізнання дійсності в її суперечливості, цілісності і розвитку. Метафізичний метод – метод, за

допомогою якого розглядають явища поза їх взаємним зв'язком і розвитком.

*Тема 7.* Загальнонаукові методи дослідження соціальних комунікацій.

Аналіз і синтез – провідні загальнонаукові методи. Абстрагування (ідеалізація) як відволікання від ряду властивостей і відносин явища, що вивчається, з одночасним виділенням тих властивостей і відношень, що нас цікавлять. Узагальнення як прийом мислення, в результаті якого встановлюють загальні властивості і ознаки об'єктів.

Індукція і дедукція як логічні операції. Аналогія як прийом пізнання.

Моделювання – вивчення об'єкта (оригіналу) шляхом створення і дослідження його копії (моделі), яка заміщає оригінал у певних аспектах, що цікавлять дослідника.

Класифікація – розподіл тих або інших об'єктів по групах (відділах, розрядах).

Історичний метод як відтворення історії об'єкта, який вивчають.

Логічний метод як логічне відтворення історії об'єкта, який вивчають.

*Тема 8.* Конкретно-наукові методи дослідження соціальних комунікацій.

Методи досліджень в книгознавстві. Методи дослідження в бібліотекознавстві та бібліографознавстві. Методи дослідження в теорії та історії соціальних комунікацій. Методи досліджень у видавничій справі та редагуванні. Методи досліджень у соціальній інформатиці. Методи досліджень у прикладних соціально-комунікаційних технологіях. Методи досліджень в теорії та історії журналістики. Методи досліджень у документознавстві та архівознавстві.

Змістовий модуль 4 «Форми наукового знання та критерії їхньої істинності в дослідженні соціальних комунікацій».

*Тема 9.* Форми наукового знання в дослідженні соціальних комунікацій.

Факт як явище дійсності і науковий факт. Наукові проблеми і наукова гіпотеза. Категорії науки – найзагальніші поняття теорії. Закони науки, що відображають істотні зв'язки явищ у формі теоретичних тверджень. Наукові принципи, наукові концепції, наукова

теорія. Наукова картина світу як система наукових теорій, що описує реальність.

*Тема 10.* Критерії їхньої істинності в дослідженні соціальних комунікацій.

Критерії розмежування наукових і псевдонаукових ідей. Раціональний принцип. Принцип верифікації. Принцип фальсифікації.

Протягом навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій» студентам запропоновано виконати декілька індивідуальних науково-дослідних завдань.

Наприкінці навчального курсу на студентів чекає іспит.

## **5. Концепції соціальних комунікацій**

Наукова галузь «соціальні комунікації» в Україні переживає важкий період ідентифікації та аутоідентифікації власних основних положень та уявлень про методи й методики, про теорії та підходи в дослідженнях. Разом із тим нині в соціальних комунікаціях рівноправно фіксуються три провідні концепції.

*Перша концепція – соціальної комунікації як галузі соціології* – належить російським ученим-соціологам В. П. Конєцькій, Т. В. Науменко, О. Г. Філатовій, А. І. Черних.

*Друга концепція – соціальних комунікацій як метатеорії* – належить також російському дослідникові А. В. Соколову.

*Третя концепція – соціальних комунікацій як самостійної галузі* – належить українським ученим-журналістикознавцям та історикам В. В. Різуну, О. М. Холоду та В. О. Ільганаєвій.

Особливості кожної концепції ми обговорюємо побіжно, тезами й критичними зауваженнями до основних їхніх положень. Сутність першої концепції (соціальна комунікація як галузь соціології) полягає в тому, що соціальну комунікацію (а не соціальні комунікації) тлумачать як придаток соціології, здатний лише вирішувати проблеми, пов'язані з масовою комунікацією. Статус соціальних комунікацій не аналізують узагалі. Методи, якими послуговується галузь соціології «соціологія масових комунікацій» або «соціологія соціальної комунікації», повинні відповідати методам соціології, тобто опитуванню, спостереженню, аналізу документів, іноді – експериментові. Схематично позицію соціальної комунікації як галузі соціології (або соціології масової комунікації / масових комунікацій) серед інших наук представлено нижче (див. рис. 3).

## Методологія досліджень соціальних комунікацій

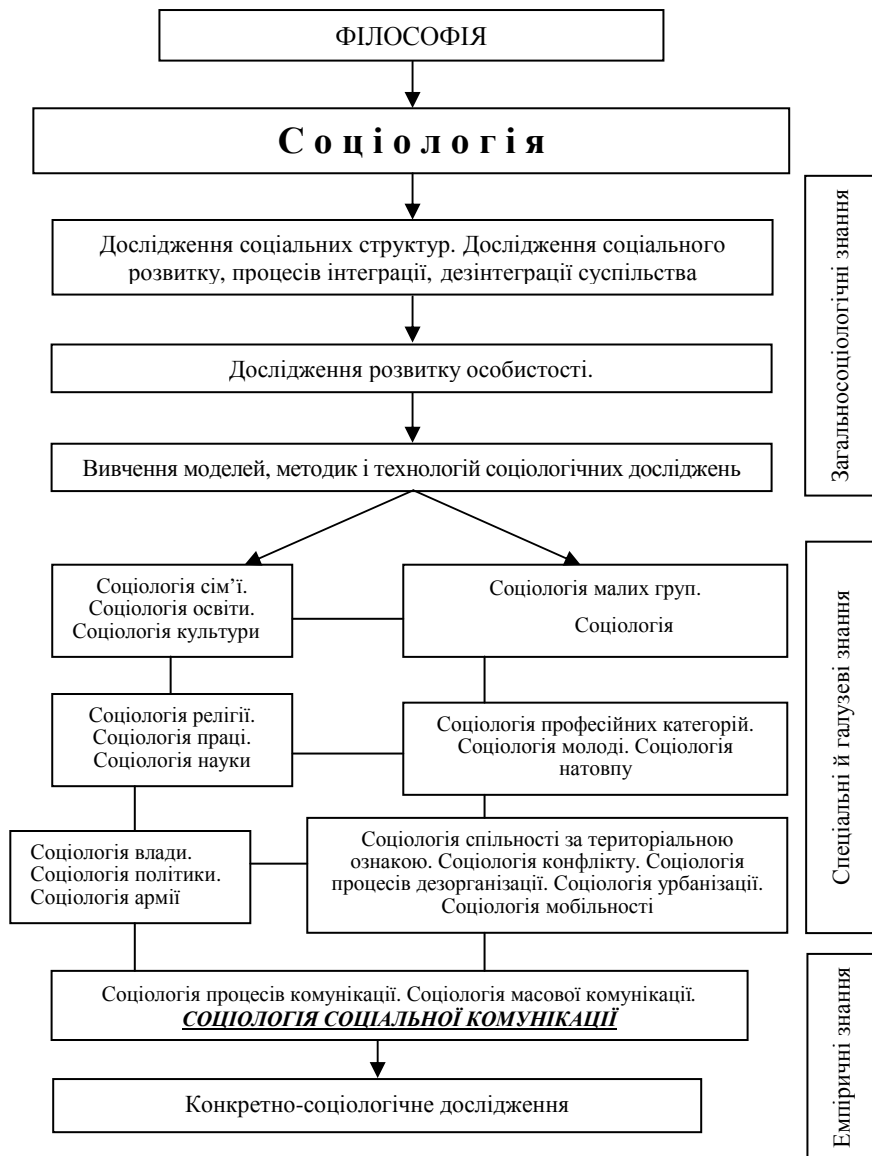


Рис. 3. Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації) у системі галузей знань (за: В. П. Конецька (1997), Т. В. Науменко (2003, 2005), Л. Н. Федотова (2003), О. Г. Філатова (2006), А. І. Черних (2008))

## Вступ

Місце соціальної комунікації соціологи знайшли в другому з трьох рівнів знань у соціології, а саме – на рівні спеціальних (галузевих) соціологічних знань.

Сутність другої концепції (соціальна комунікація як мета-теорія) полягає в оригінальній пропозиції А. В. Соколова: соціальна комунікація має посісти місце метатеорії, або теорії, що пояснює всі інші соціально-комунікаційні науки на тлі загальної системи наукового знання. Місце соціальної комунікації схематично зображено на рисунку 4.

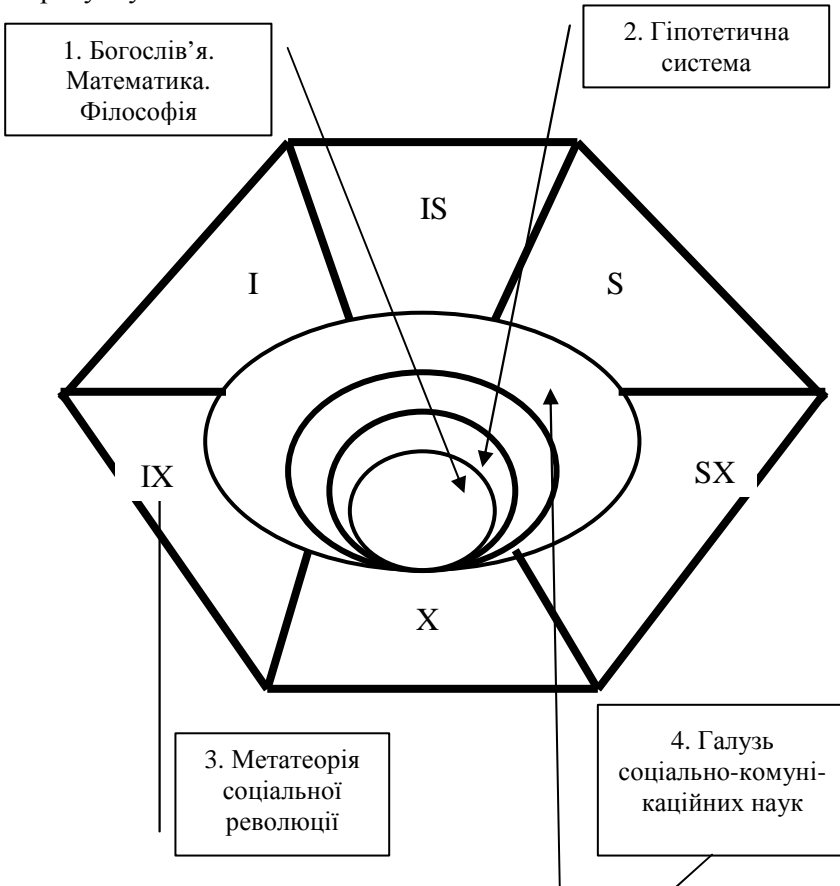


Рис. 4. Гіпотетична система соціально-комунікаційних наук на тлі загальної системи наукового знання (за: А. В. Соколов, 2002)

Примітки: X – природничі науки; I – людинознавчі науки; S – суспільнознавчі науки; IX – біогуманітарний підкомплекс (медицина, фізіологія людини; біологічна етнологія, що вивчає біологічну еволюцію хомо сапієнс; етнопсихологія, психогенетика); IS – культурознавчий підкомплекс (культурологія, соціологія культури, історія культури, археологія, семіотика; етнологія, або соціальна антропологія; книгознавство, теорія масової комунікації, бібліотекознавство та інші прикладні науки про документні комунікації); SX – технічний підкомплекс (автоматика, обчислювальна техніка, інформатика, радіотехніка, телебачення, телефонія, телеграф, радіолокація, радіонавігація, поліграфічна техніка).

Згідно з рис. 4, місце соціальних комунікацій – не на периферії рівнів знань і наук гіпотетичної системи соціально-комунікаційних наук на тлі загальної системи наукового знання. Соціальні комунікації (або гіпотетична система соціально-комунікаційних наук) перебувають у центрі системи. Усередині двох зон соціальних комунікацій розміщено метатеорію соціальної революції. Іншими словами, соціальні комунікації претендують на місце метатеорії, що може пояснити всі науки, окрім богослов'я, математики й філософії.

Зовсім не схожу на попередню концепцію запропонувала доктор історичних наук, професор В. О. Ільганаєва (м. Харків) – автор-укладач першого в Україні словника-довідника «Соціальні комунікації». Керуючись статтями дослідниці, ми графічно відображаємо її бачення місця й ролі соціальних комунікацій серед інших наук і галузей знань (див. рис. 5).

За основу третьої концепції соціальних комунікацій (соціальні комунікації як складник теорії комунікації) В. О. Ільганаєва обирає буття людини, що засноване на суспільстві як на комунікаційній єдності. Останнє базоване на культурогенезі й цивілізаційному розвитку людства та комунікаційній діяльності людини в суспільстві.

Структуру комунікаційного знання становлять три рівні: 1 рівень – загальна теорія комунікації; 2 рівень – загальна теорія біологічної комунікації та загальна теорія соціальної комунікації; 3 рівень – теорія видових і міжвидових комунікацій та окремі комунікативні теорії. Слід занотувати, що, за словами В. О. Ільганаєвої, поки що не існує чіткої теорії соціальної комунікації. Також відсутня й теорія видових і міжвидових комунікацій. Розпорошені знання окремих комунікативних теорій. Додамо також: нині існує серйозна проблема методологічного плану. У теорії соціальних комунікацій визріває методологія, яка складається з методологій окремих комунікативних теорій. Натомість окремі комунікативні теорії, що з'явилися в середині і наприкінці ХХ століття, окремі – учора й позавчора, на початку ХХІ століття, звертаються й досі до запозичених методів тих галузей знань, що дали їм життя. Іншими словами, й існуючі методології, і методи є нестійкими в нових науках.

Вступ

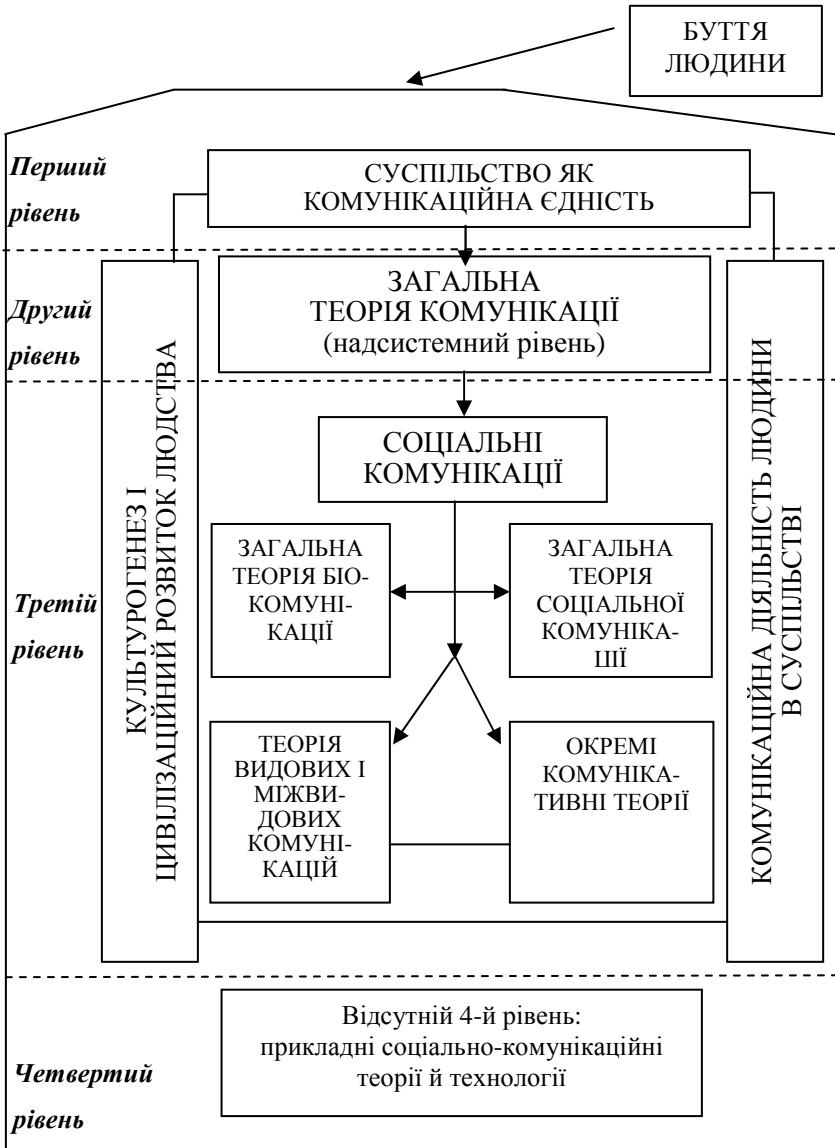


Рис. 5. Місце соціальних комунікацій (соціальної комунікації) у системі галузей знань і структура комунікаційного знання (за: В. О. Ільганасва, 2009).

За аналогією з вагітністю слід зауважити, що теорія соціальних комунікацій із повного терміна вагітності в 36 місяців перебуває орієнтовно на межі п'ятого й шостого місяців: звуки серця, що працює, уже чують не тільки спеціалісти. Але кістяк майбутньої дитини, що формується, ще не міцний, ламкий. Його ще немає. Його може побачити тільки спеціаліст або мати, яка хоче бачити майбутню крихітку.

Концептуальне бачення місця й сутності теорії соціальних комунікацій, запропоноване В. О. Ільганаєвою та А. В. Соколовим, близьке, відрізняються тільки окремі деталі.

Наше бачення теорії соціальних комунікацій ґрунтоване на дещо інших теоретичних позиціях, які ми також відтворюємо графічно (див. рис. 6).

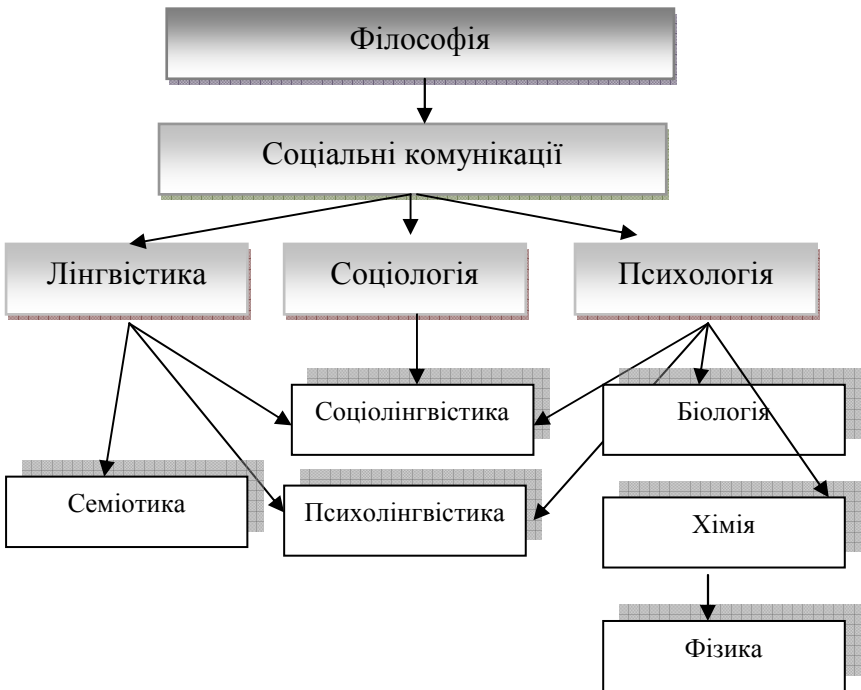


Рис. 6. Місце соціальних комунікацій у системі галузей знань і структура комунікаційного знання (за: О. М. Холод, 2010)



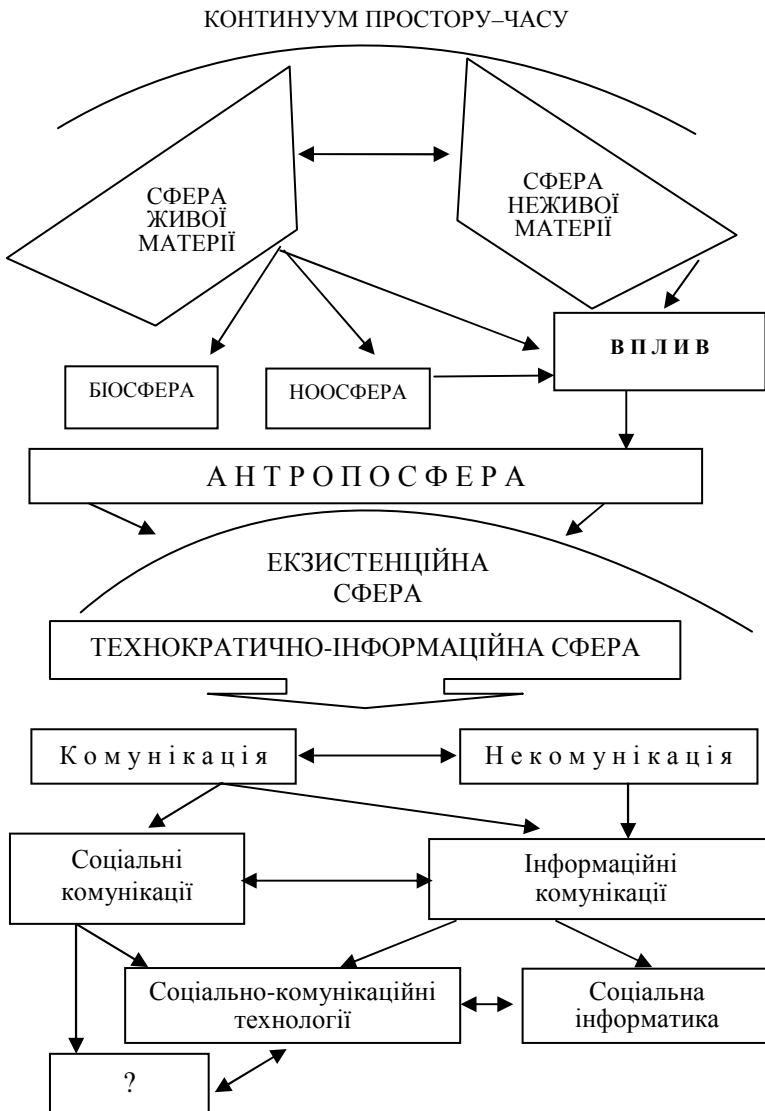


Рис. 7. Структура соціально-комунікаційного включення  
(за: О. М. Холод, 2010)

Рис. 6 дає змогу з'ясувати, що філософія є підґрунтям для теорії соціальних комунікацій. Головними складниками соціальних комунікацій, на нашу думку, треба уважати лінгвістику, соціологію й психологію. Такі галузі знань, як «соціолінгвістика» і «психолінгвістика» – конгломерат, синтез знань лінгвістики, соціології й психології. Вони утворюють базу для становлення соціальних комунікацій як загальної теорії. Знання, які пропонують семіотика, біологія, фізика і хімія, уможливають обґрунтування положення про те, що соціальні комунікації як теорія виникли не на порожньому місці й мають чітко детерміноване та зумовлене коріння. З огляду на викладене, пропонуємо графічно зобразити загальний погляд на сутність теорії соціальних комунікацій та включення до теорії досягнень інших галузей і знань науки (див. рис. 7).

Керуючись сутністю рис. 7, констатуємо об'єктивну необхідність іншого підходу до аналізу залученості соціальних комунікацій у загальний континуум простору-часу. Насамперед наголосимо, що соціальні комунікації, не виникаючи на порожньому місці, органічно віддзеркалюють основні положення теорії ноосфери В. І. Вернадського. Учений уважав: потужність ноосфери настільки висока, що слід негайно зважити на її визначну роль в існуванні не тільки роду людського, але й всієї планети. Саме тому беремо на озброєння згадану теорію, долучаючи її до контексту матеріалістичного тлумачення філософської категорії «простір-час».

Біосфера й ноосфера утворюють сферу живої природи, за В. І. Вернадським. Не велику, а незначну частину такого симбіозу бере на себе антропосфера, хоч, як ми вже занотовували на першому Міжнародному симпозіумі «Світ лінгвістики» (2008 р.), людина вважає себе царем Природи і тільки себе вершителем-творцем усього раціонального й доцільного на планеті. Необхідність почуватися захищеною породжує прагнення утворити «екзистенційний щит» або життєвий захист від небезпеки з боку природи, ворожих людей, агресивних тварин, отруйних рослин, хижацьких птахів, риб, плазунів тощо. Для утворення екзистенційного щита людина винаходить нові технічні й інформаційні «бронезилети». Система таких набуває форми й сутності технократично-інформаційної сфери, яка є складником ноосфери. У надрах технократично-інформаційної сфери ми

вбачаємо елементи «комунікації» (усе, що пов'язано з передаванням, сприйманням і кодуванням, декодуванням інформації) і «некомунікації» (усе, що пов'язано з процесами, недотичними до комунікації). Названі складники у своєму синтезі зумовлюють об'єктивну необхідність появи й функціонування соціальних та інформаційних комунікацій. Останні породжують соціально-комунікаційні технології та соціальну інформатику як нові утворення взаємодії комунікатора (суб'єкта комунікації) і комуніканта (об'єкта комунікації).

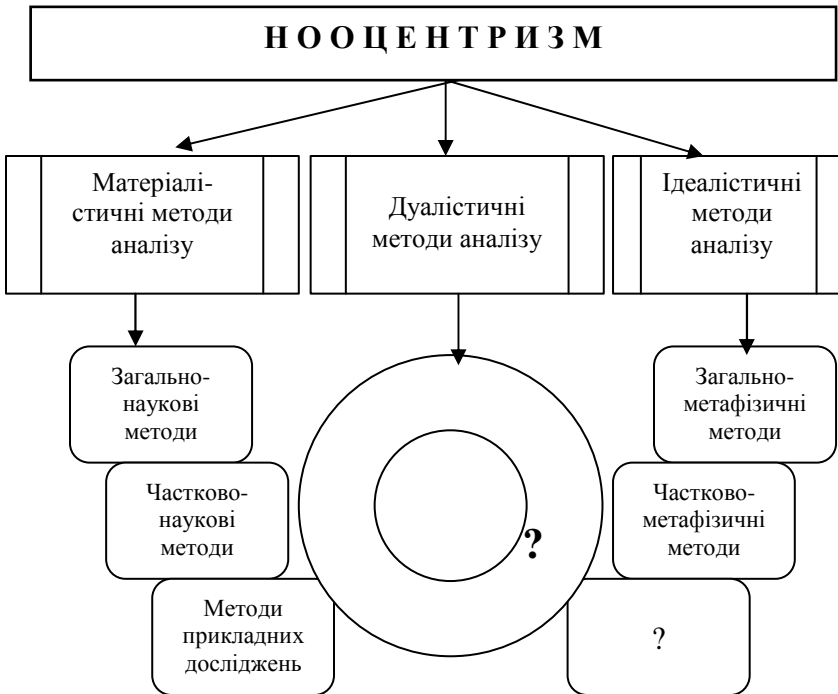


Рис. 8. Методи соціальних комунікацій  
(за: О. М. Холод, 2010)

У нашій моделі структури соціально-комунікаційного включення залишається лише передбачати, що незабаром будемо змушені констатувати появу нових елементів-складників соціальних комунікацій. Аналізуючи власну пропозицію (модель) щодо сутності, морфології та функцій соціальних комунікацій, наближаємося до необ-

хідності виокремити конкретні шляхи (методи) наукового аналізу та пошуку в галузі «Соціальні комунікації». Саме на згаданому напрямку виникає низка проблем і питань, які, на наш погляд, нині мають терміново вирішувати дослідники нашої галузі. Йдеться про методологію. Далі ми подаємо власне бачення проблем у графічному вигляді (див. рис. 8).

Рис. 8 відображає більше наші сумніви й невпевненість, аніж конкретність і завершений синтез методів, але ми подаємо графічне віддзеркалення наших сумнівів для стимулювання наукової спільноти до обговорення і нових пропозицій щодо проблеми пошуку методів аналізу соціальних комунікацій.

У рис. 8 відтворено бачення методології соціальних комунікацій, що засноване на концепції нооцентризму, яку ми запропонували раніше. Нагадаємо, що нооцентризмом вважаємо методологічну сукупність положень і принципів аналізу взаємодії Природи й Людини, які ґрунтуються на теорії антропоцентризму. Останній спирається на дві тези: «Людина – система в системі Природи» і «Людина – центр психолінгвістичної події».

З огляду на положення антропоцентризму в психолінгвістиці, які автор виклав ще 1997 року під час II Міжнародного симпозіуму «Людина: мова, культура, пізнання», пропонуємо основні **постулати нооцентризму**:

1. Опис устрою Всесвіту (Природи) придумано Розумом людини.
2. Згідно з цим Розум людини є частиною й одночасно центром Природи.
3. Людина – центр події, яка відбувається навколо неї.
4. Об'єктом (центром) розумової діяльності людини є усвідомлення людиною своєї центральності (антропоцентризм) і системності стосовно і Природи, і самої себе.
5. Людина є система в системі Природи.
6. Усе, що робить людина, усе, про що думає людина, усе, що відбувається навколо людини, насамперед спирається на джерельний егоїстичний мотив, який виражається принципом «Я – центр події, думки; навколо мене все існує; оцінюю я, і тому все повинно бути близьким до мене».

Відповідно до постулатів нооцентризму, ми можемо сміливо пропонувати основні постулати нової психолінгвістики, що можуть бути покладені в основу *методології соціальних комунікацій*. Тут розрізняємо дві групи постулатів, а саме: глобальні й локальні системні постулати.

Глобальні системні постулати:

1. Людина є нооцентричною системою.
2. Нооцентрична система є частиною біосфери, тому функціонує за законами біосфери.
3. Така система пронизана егоїстичною самооцінкою діяльності людини.
4. Егоїстична мотивація керує психічною діяльністю людини, що яскраво виражається в мисленнєвій діяльності.
5. Системною частиною розумових операцій і дій є мовна (комунікаційна) діяльність.
6. Мовну (комунікаційну) діяльність вивчають за допомогою нооцентричного аналізу.

Локальні системні постулати:

1. Основна одиниця нооцентричного аналізу (нової психолінгвістики) – операція.
2. Операція психічна, тобто пов'язана з діяльністю мозку.
3. Психічні операції (зокрема мовленнєві) й розумові дії є частиною системи нооцентричної діяльності та оцінки людини.
4. Нооцентрична самооцінка є основною формою психічної операції людини.
5. Нооцентрична операція евристично-системна (кожного моменту система має можливість змінюватися в разі втручання в її структуру випадкового впливу).
6. Операція як основна одиниця нооцентричного аналізу є джерелом для похідних одиниць аналізу. Такими похідними одиницями нооцентричного аналізу треба вважати: логічні операції (аналіз, синтез, порівняння, висновок та інші), виражені звуком, поєднанням звуків, складом, словом, фіналіями слова (слів), словосполученнями, реченнями, абзацом, періодом, текстом, масивом текстів і семантично «забарвлені» егоїстичною установкою людини соціальної, тобто такої, яка живе поміж людей.

7. Егоїстична установка соціальної людини найчастіше підсвідома і виражається без претензій на істинність і досконалість, але в корені своєму така установка верифікується саме як егоїстична.

8. Егоїстична установка на сприйняття і розуміння світу створює оцінку і висновки, тому не можна тлумачити розумову діяльність людини як об'єктивну.

Нині варто уважно вивчати можливості методології і матеріалізму, й ідеалізму як філософських напрямів. Водночас не слід забувати про існування протягом тисячоліть потужного і невизначеного донині межового напрямку – дуалізму. Оскільки дуалізм завжди межував із матеріалізмом та ідеалізмом, методи яких за дві з половиною тисячі років набули певних усталених формулювань і тлумачень, ми не маємо морального права нехтувати його методологічним арсеналом. Але виникає питання про те, яким нині є згаданий методологічний арсенал дуалізму. Відповідь розпливчата. З одного боку, матеріалізм має чітко сформульовані три основні групи методів, якот: загальнонаукові, наукові й методи прикладних досліджень. Ідеалізм також має розгалуженість методів: загальні метафізичні, частково метафізичні. Щоправда, методів прикладних досліджень ідеалізм не називає. Можливо, ми ще не ознайомлені з такими.

Дуалізм власної методології не має: замість чітких суто дуалістичних методів дослідники, що не можуть пристати до певного з конфронтаційних методологічних таборів матеріалізму чи ідеалізму, кидаються від одного модно-актуального методу до іншого – забутого й нібито нового. За двадцять три століття дуалісти так і не запропонували власної методології. Саме тому на рисунку 8 немає однозначності щодо інституційованих методів дуалізму. Виникає питання у зв'язку з такою ситуацією: чи є взагалі методологія дуалізму? Але проблему відсутності методів дослідження й аналізу процесів і явищ соціальних комунікацій слід вирішувати. Нині, за відсутності чіткої методологічної системи соціальних комунікацій, варто вважати методологією нооцентризму принагідною.

Вище окреслено хворобливу тенденцію становлення нової галузі науки «Соціальні комунікації». Сутність такої тенденції полягає у відсутності єдиної й надійної концепції, до якої можна було б пристати дослідникам і навколо якої можуть групуватися нові до-

слідницькі сили аспірантів та докторантів, що вивчають проблеми соціальних комунікацій.

Концепція соціальних комунікацій О. М. Холода органічно влітається в колективне бачення проблематики соціальних комунікацій у межах ідей українських дослідників В. В. Різун та В. О. Ільганаєвої. Разом із концепцією згаданих дослідників соціальних комунікацій обґрунтовано варіант методологічних постулатів і тез, які концептуально спрямовані на дискусійний та чесний пошук оптимальних методів досліджень соціальних комунікацій.

### Список використаних джерел

1. *Конечкая В. П.* Социология коммуникаций : учеб. / В. П. Конечкая. – М. : Международный ун-т бизнеса и управления, 1997. – 304 с.; також див.: *Конечкая В. П.* Социология коммуникаций : учеб. / В. П. Конечкая. – Режим доступу : <http://lib.socio.msu.ru/l/library/>

2. *Науменко Т. В.* Массовая коммуникация: теоретико-методологический анализ / Т. В. Науменко. – М. : Издательство «Перспектива», 2003. – 252 с.

3. *Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / Т. В. Науменко. – СПб : Питер, 2005. – 288 с.

4. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – К., 2008. – С. 46–47.

5. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – С. 450.

6. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник; [автор-сост. В. А. Ильганаева]. – Х. : КП «Городская типография», 2009. – 392 с.

7. Теорія масової комунікації : курс лекцій / [Різун В. В. ; укл. Холод О. М. ; пер. з укр. Варивода О. В.]. – К. : КиМУ, 2010. – 100 с.

8. *Филатова О. Г.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / О. Г. Филатова. – М. : Гардарики, 2006. – 303 с.

9. *Холод О. М.* Соціальні комунікації : психо- та соціолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – Переяслав-Хмельницький, 2008. – 246 с.

10. *Холод О. М.* Зібрання наукових праць : у 10 т. / О. М. Холод. – Кривий Ріг, 2009. – Т. 4 : Психолінгвістика інмутацій : монографія. – 2009. – 246 с.

11. *Холод О. М.* Соціальні комунікації : соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. / О. М. Холод. – 2-ге вид., доп. і випр. – К. : Київський міжнародний університет ; Українська асоціація психолінгвістів, 2010. – 304 с.

12. *Холод О. М.* Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості : монографія / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2010. – 302 с.

13. *Черных А. И.* Социология массовых коммуникаций : учеб. пособ. / А. И. Черных. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 451 с.

14. *Theory of mass communication : lectures / [Rizun V. V.; comp. Kholod O. M.; trans. Varyvoda O.V.].* – К. : KIU, 2010. – 94 p.

## **Зв'язок навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій» з іншими навчальними предметами**

Навчальний курс «Методологія досліджень соціальних комунікацій» пов'язаний з іншими навчальними предметами таких циклів:

1) цикл дисциплін підготовки фахівців із *теорії та історії соціальних комунікацій*: історія соціальних комунікацій; праксіологія соціальних комунікацій; теорія соціальних комунікацій та ін.

2) цикл дисциплін підготовки фахівців із *документознавства й архівознавства*: документознавство; архівознавство; організація і технологія документаційного забезпечення управління та ін.

3) цикл дисциплін підготовки фахівців із *книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства*: бібліотечний менеджмент і маркетинг; документознавство; бібліотекознавство; бібліографознавство та ін.

4) цикл дисциплін підготовки фахівців із *теорії та історії журналістики*: прес-служба; репортерська праця; теорія масової комунікації (теорія масової комунікації і інформації); техніка усного мовлення в ефірних ЗМІ та ін.

5) цикл дисциплін підготовки фахівців із *теорії та історії видавничої справи і редагування*: авторське право; види редагування



(літературне редагування); види редагування (художньо-технічне редагування) та ін.

6) цикл дисциплін підготовки фахівців із *прикладних соціально-комунікаційних технологій*: прикладні соціально-комунікаційні технології; інтернет-технології; комунікаційні технології; теорія і практика комунікацій та ін.

7) цикл дисциплін підготовки фахівців із *соціальної інформатики*: соціальна інформація; соціологія інформаційного забезпечення; інформаційні технології; інформаційно-комунікаційні технології та ін.

### Питання для самоперевірки

1. Який термін у буквальному переклад із давньогрецької мови означає «шлях слідом за будь-чим»?

2. Як визначається термін «соціальні комунікації»?

3. Що запропоновано в Декреті Другого Ватиканського собору від 4 грудня 1963, який називався «Decree on the media»?

4. Що називається соціально-комунікаційним інжинірингом?

5. Чому варто розрізнявати терміни «соціальні комунікації» та «соціальна комунікація»?

6. Як тлумачиться термін «методи психолінгвістики»?

7. Чому соціальні комунікації послуговуються методами соціолінгвістики?

8. Як А. Гречихін визначає методи бібліографознавства?

9. Чим слід пояснювати використання методів видавничої справи і редагування в соціальних комунікаціях?

10. Які методи соціальних комунікацій передбачають вивчення саме тих процедур, технік, рецептів, моделей, які можна без особливих на те зусиль повторити, дублювати, отримавши наприкінці процесу застосування передбачуваний результат?

11. Чому майбутні журналісти вивчають навчальну дисципліну «Методологія дослідження соціальних комунікацій»?

12. Що слід вважати об'єктом і предметом навчального курсу «Методологія дослідження соціальних комунікацій»?

13. Які три основних теоретичні концепції соціальних комунікацій існують нині в Україні?

14. До якої концепції слід віднести дослідників В. В. Різуна, О. М. Холода та В. О. Ільганаєву?
15. Яке місце соціальній комунікації визначають соціологи? Чому?
16. Яке місце соціальним комунікаціям визначають представники наукової галузі «соціальні комунікації» в Україні?
17. Які галузі людських знань А. В. Соколов визначає головними в своїй гіпотетичній системі соціально-комунікаційних наук? Чому?
18. Який стосунок до методів соціальних комунікацій має термін «нооцентризм»?
19. Як із методологічної точки зору пояснити тезу «Людина є система в системі Природи»?
20. Із якими галузями знань пов'язана навчальна дисципліна «Методологія досліджень соціальних комунікацій»?

### Навчальні завдання

1. Перекажіть смисл епіграфа (цитата дослідника Ф. Шаркова), що розміщений на початку навчального посібника «Методологія досліджень соціальних комунікацій».
2. Порівняйте три визначення терміна «метод». Письмово сформулюйте висновок. Запропонуйте власне визначення.
3. Здійсніть розгалуження методології на п'ять структурних складових.
4. Визначте смисл терміна «методика». Порівняйте його із смислом терміна «метод». Сформулюйте висновок.
5. Поясніть смисл визначення соціальних комунікацій, запропонований в декреті «Decree on the media»: «соціальні комунікації – це процес, який відбувається серед людей і для людей».
6. Розтлумачте думку Ф. І. Шаркова про те, що соціальну комунікацію треба вважати предметом спеціальної галузі соціології – соціології комунікації.
7. Наведіть три приклади застосування соціально-комунікаційного інжинірингу в Україні. Опишіть їх детально. Прокоментуйте на семінарському занятті.
8. Назвіть основні, на думку В. В. Різуна, ознаки соціальних комунікацій.

9. Визначте письмово актуальність навчального курсу «Методологія досліджень соціальних комунікацій».

10. Оберіть одну з трьох основних концепцій соціальних комунікацій і поясніть її.

11. Доведіть свою правоту, захищаючи одну з трьох запропонованих концепцій соціальних комунікацій.

### **Теми рефератів**

1. Концепція соціальних комунікацій, запропонована представниками соціології (В. П. Конецька, Т. В. Науменко, Л. Н. Федотова, О. Г. Філатова, А. І. Черних).

2. Особливості концепції бачення соціальних комунікацій А. В. Соколовим.

3. Психолінгвістичне і соціолінгвістичне підґрунтя в концепції соціальних комунікацій О. М. Холода.

4. Соціальний інжиніринг як основа соціальних комунікацій у концепції В. В. Різуна.

5. Уявлення про соціальні комунікації в концепції В. О. Ільганаєвої.

# РОЗДІЛ 1

# МЕТОДОЛОГІЯ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ

## 1.1. Методологія як наука

Методологію тлумачать із двох позицій, а саме: як систему методів і як науку про методи.

Розглянемо методологію як науку, оскільки про методологію як систему методів йтиметься в інших розділах.

Чимало дослідників вважають, що нині знання про методологію досить розмите, а те, що існує нині – не структуроване й плутане. З цього приводу варто навести слова відомих російських методологів О. М. Новікова та Д. О. Новікова: «Недостатній інтерес дослідників до питань методології пояснюється також тією обставиною, що в самій методології залишається багато неясного в її суті, у питаннях співвідношення методологічних і теоретичних проблем науки, співвідношення методології і філософії».

Для об'єктивного формування методології необхідно зважати й на характеристики діяльності об'єкта і предмета дослідження. До таких варто віднести їхні особливості, принципи, умови, норми діяльності.

Без врахування логічної структури діяльності не можна формулювати методологію дослідження. До логічної структури традиційно відносять суб'єкт дослідження, його об'єкт, а також предмет. Звертають особливу увагу на форми, засоби і методи дослідження, оскільки саме вони тягнуть за собою уявлення про результат діяльності досліджуваного об'єкта і предмета та про рівень рішення поставлених на початку дослідження завдань.

Важливим структурним елементом формування методології є врахування часових складників діяльності досліджуваного об'єкта і предмета. До останніх слід віднести їхні фази, стадії та етапи.

Неможливо сформулювати методологію будь-якого дослідження без врахування конкретної технології виконання робіт і рішення

завдань. Із цією метою дослідники варто визначити чіткі засоби і методи, способи та прийоми досягнення поставленої мети.

Кожний із п'яти згаданих атрибутів структури методології має перераховані складники, суть яких варто розтлумачити.

### **Основи методології**

Першим атрибутом формування методології є її основи. Оскільки до основ методології відносять вісім галузей знань (філософію, логіку, психологію, інформатику, системний аналіз, наукознавство, етику й естетику), слід визначити орієнтовний порядок застосування кожної із перелічених.

Використання філософії у процесі формулювання основ методології дослідження варто здійснювати, зважаючи на те, що вона є особливою формою пізнання світу, яка вивчає найбільш загальні суттєві характеристики і фундаментальні принципи реальності і пізнання, буття людини, відносин людини і світу. Філософію треба також розуміти як форму людського мислення і теоретичну форму світогляду. Дослідник, який формує методологію вивчення об'єкта і предмета, має пам'ятати про те, що філософія своїм завданням визначає встановлення перших, основних істин, які слугують першопочатком або принципами для інших істин. Такі істини філософія встановлює завдяки дослідженню і доведенню як специфічним формам мислення. Одержані в дослідженні істини допомагають вченому створити узагальнену картину світу і місця людини у ньому.

Під час формування методології дослідження необхідно врахувати те, що філософське мислення характеризується широким рівнем узагальнення, виступає формою людського самоусвідомлення, окреслює дійсність як взірць, є мисленням про мислення, яке слід вважати аргументованим та обґрунтованим. До того ж, філософське мислення прагне розв'язати абсолютні проблеми.

У зв'язку із зазначеним варто розтлумачити кожну характеристику філософського мислення щодо використання їх у формуванні методології.

Філософське мислення дозволяє дослідникові, що формує методологію вивчення, набувати широкого, майже граничного, рівня узагальнення. Такий рівень узагальнення може бути на межі буття і небуття.

Під час формування методології дослідник, звертаючись до філософського мислення, окреслює дійсність не лише такою, якою

вона є, але й такою, якою вона має бути. Наприклад, за результатами констатувального експерименту дослідник фіксує той стан, у якому перебуває предмет дослідження. Саме результати констатувального експерименту дають можливість дослідникові (або його послідовникам) удосконалювати навколишній світ, змінювати його таким чином, щоб він (світ) був більш раціональним, пристосованим до потреб людини.

Наступною характеристикою філософського мислення, яке активно використовується під час формування дослідником методології, слід вважати те, що філософське мислення є мисленням про мислення. Іншими словами, філософське мислення дозволяє дослідникові не обмежуватися думками про реальні процеси і явища, а вміти відсторонитися, абстрагуватися від реальності і «бачити» більше не сам досліджуваний предмет у контексті реальності, а те, що цей предмет представляє за суттю.

Варто зазначити, що філософське мислення є необхідним для дослідника, який формує методологію наукового пошуку, тому що воно є таким, що має внутрішню зв'язаність, логічну послідовність, аргументованість та обґрунтованість.

Необхідно знати, що під час формування методології досліднику треба врахувати те, що філософське мислення прагне поставити і розв'язати граничні, абсолютні проблеми людського буття. Наприклад, у причині зникнення попередніх цивілізацій, що існували за багато мільйонів років до сучасної, дослідник вбачатиме як абсолютну проблему людства. Це означає, що достеменно не можна знати причини загибелі попередніх цивілізацій, але можна науковими прийомами поновити події, що відбувалися за часи існування прадавніх людей. Саме філософське мислення дозволяє певні абстрагування від реальності.

До основ методології відносять і логіку, яка як наука про закони і форми мислення, методи пізнання та умови істинності знань і суджень допомагає дослідникові користуватися певними правилами правильного мислення. Наприклад, формуючи методологію наукового пошуку, дослідник висловлює судження, якими він мислить. Судження дослідник формулює на ґрунті припущень. Із формальної точки зору, дослідник «виводить» висновок у процесі формулювання нових тверджень із тих, які були сформульовані раніше. Для

дослідника, який зайнятий формуванням методології вивчення предмета пошуку, важливим є формальне відношення між вихідними твердженнями та висновками. Важливим є той факт, що під час формування методології наукового вивчення логіка необхідна як засіб дослідження і класифікації структури тверджень і аргументів. Логіка допомагає дослідникові розробляти схеми та кодифікації, які лягають в основу викладу досліджуваного матеріалу.

В основу методології покладено системологію як науково-практичну область діяльності, що пов'язана з вивченням, опрацюванням знань та їхнім застосуванням у вивченні, проектуванні, створенні, управлінні системами. Системологія ґрунтується на системогенезі, опис якого здійснив П. К. Анохін. Суть системогенезу полягає в тому, що органічні системи розвиваються як цілісні й такі, що формуються. У середині органічних систем відбувається таке саме цілісне формування внутрішніх компонентів системи. У системології важливе місце займає теорія систем. Слід згадати, що ще в 30-ті роки ХХ століття, за теорією Л. фон Берталані – автора теорії систем, була висловлена думка про те, що велика кількість біологічних, соціальних чи то фізичних об'єктів під час взаємодії мають загальні закономірності. Таке явище Л. фон Берталані назвав ізоморфізмом, що й стало провідним поняттям теорії систем. Іншими словами, дослідникові, який формує методологію вивчення суті й характеристик предметів чи явищ реального світу, варто враховувати потенціал системології, а саме:

- системогенез;
- теорію систем;
- ізоморфізм.

Треба зважати на те, що під час формування методології дослідникові необхідно звертати увагу й на досягнення психології як науки про психічне або науки про процеси, що пов'язані з діяльністю мозку людини. Оскільки психологію визначають як «науку, що вивчає психічні явища та поведінку людини, пояснення якій знаходимо в цих явищах», остільки слід зважити на необхідність врахування специфіки і функцій таких психічних явищ, як темперамент, характер, мовлення, пам'ять, емоції, мислення, почуття, воля, сприйняття тощо. Наприклад, формуючи методологію і звертаючись до метода «спостереження», дослідникові необхідно чітко знати, що він

не має права впливати на предмет спостереження, на розвиток подій, які відбуваються з предметом. Причому важливим є те, що, залежно від типу темпераменту спостерігача, фіксація результатів спостереження може бути різною. Холерик, наприклад, зовсім інакше здійснить опис того, за чим він спостерігав (запише надмірну кількість деталей, які не будуть чинити визначального впливу на предмет спостереження). Меланхолік, навпаки, може не помітити, отже, не описати важливих деталей у поведінці предмета спостереження. При цьому, слід зауважити, в обох (і у холерика, і у меланхоліка) буде чітко розроблений план спостереження і визначені критерії дослідницького процесу.

Дослідникові, який здійснює формування методології наукового пошуку необхідно зважити й на такий її основний елемент як інформатика. Останню визначають теоретичною та прикладною (технічною, технологічною) дисципліною, що вивчає структуру і загальні властивості інформації, а також методи і (технічні) засоби її створення, перетворення, зберігання, передачі та використання в різних галузях людської діяльності. Варто знати під час формування методології, що вона покликана визначати загальні закономірності, відповідно до яких створюється інформація, відбувається її перетворення, передавання та використання у різних сферах діяльності людини. Дослідник, який звертається до прикладної інформатики, розраховує знайти найефективніші методи і засоби здійснення інформаційних процесів, визначити способи оптимальної наукової комунікації у самій науці та між наукою і виробництвом.

Розроблення методології не може не звертатися до системного підходу, в основі якого лежить процес дослідження об'єкта як цілісної множини елементів у сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд об'єкта як системи. Слід врахувати, що ефективність системного підходу залежить від характеру застосовуваних загальносистемних закономірностей, що встановлюють зв'язок між системними параметрами. На сучасному етапі на основі узагальнення різних варіантів системного підходу створюються умови для побудови загальної теорії про системи – системології. Виникнення й поширення системного підходу зумовлено кризою елементаризму і механіцизму у зв'язку з ускладненням завдань науки та практики. Системний підхід розвиває і конкретизує такі категорії діалектики як зв'язок (філософія), відношення, зміст і форма, частина і ціле тощо.



Дослідник, що формує методологію пошуку, має знати, що об'єкти, як системи, досліджують за допомогою особливих властивостей – системних параметрів. До таких на сьогодні зараховують простоту, складність, надійність і гомогенність.

Пропонують вважати основними принципами системного підходу такі п'ять: цілісність, ієрархічність побудови, структурування, множинність і системність.

Варто розглумачити кожен із пунктів.

Цілісність дозволяє розглядати систему одночасно і як єдине ціле, і як підсистему рівнів, що перебувають вище. Ієрархічність побудови як принцип системного підходу передбачає наявність множини (щонайменше двох) елементів, які розташовані на основі підпорядкування елементів нижчого рівня елементам вищого рівня. Слід враховувати й принцип структурування, який дозволяє аналізувати елементи системи і їхні взаємозв'язки в межах конкретної організаційної структури. Як правило, на думку автора статті про системний підхід, процес функціонування системи зумовлений не так властивостями її окремих елементів, як властивостями самої структури. Ще один принцип системного підходу полягає в множинності, яка дозволяє використовувати множинну кібернетичних, економічних і математичних моделей для опису окремих елементів й системи загалом. Нарешті, останній принцип системного підходу під час формування методології дослідження – системність, яка полягає у властивості об'єкта володіти всіма ознаками системи.

Системний підхід ґрунтується на декількох ключових категоріях і поняттях, серед них: система, структура, процес, функція, стан, системний ефект, структурна оптимізація.

Треба розглумачити кожне з наведених категорій і понять.

Необхідно орієнтуватися на систему як на сукупність елементів і зв'язків між ними. Під структурою прийнято розуміти спосіб взаємодії елементів системи за допомогою певних зв'язків (картина зв'язків і їхньої стабільності). Процес розуміють як динамічну зміну системи в часі, а функція є роботою елемента в системі. Необхідно надалі тлумачити термін «стан» як положення системи щодо інших її положень. Системний ефект відстежується, у випадку, коли ціле стає більшим за просту суму частин у результаті спеціальної переорганізації елементів системи. Структурну оптимізацію тлумачать як

цілеспрямований ітераційний процес отримання серії системних ефектів з метою оптимізації прикладної мети в межах заданих обмежень. Варто пам'ятати, що структурна оптимізація практично досягається за допомогою спеціального алгоритму структурної переорганізації елементів системи. Нині розроблено серію імітаційних моделей для демонстрації феномену структурної оптимізації і для навчання.

Системний підхід для дослідника, який формує методологію наукового пошуку, ґрунтується на основних чотирьох припущеннях, як зазначають автори.

У світі існують системи.

Системний опис істинний.

Системи взаємодіють одна з одною, і, отже, все в цьому світі взаємопов'язано.

Отже, світ – це також система.

Іншими словами, дослідникові не варто винаходити, видумувати, шукати основу чи підґрунтя для початку формування методології вивчення: слід лише прийняти порядок об'єктивної необхідності щоразу доводити чотири згаданих вище припущення.

Варто пам'ятати про те, що нині в науці існують певні аспекти системного підходу, повз які дослідник, котрий формує методологію, не має права пройти. Серед згаданих аспектів автори називають такі:

– системний підхід є складним;

– будь-яку систему (об'єкт) розглядають як сукупність взаємозв'язаних елементів (компонентів), що має вихід (ціль), вхід (ресурси), зв'язок із зовнішнім середовищем, а також зворотний зв'язок;

– системний підхід є формою накладення теорії пізнання і діалектики з дослідженням процесів, що відбуваються в природі, суспільстві, мисленні.

– суть системного підходу полягає в реалізації вимог загальної теорії систем, згідно з якою кожен об'єкт у процесі його дослідження повинен розглядатися як велика і складна система й, одночасно, як елемент більш загальної системи.

Формування методології наукового пошуку має врахувати те, що системний підхід включає також обов'язковість знання восьми аспектів практичної реалізації задуму.

Перший аспект – системно-елементний (системно-комплексний).

Другий аспект – системно-структурний.

Третій аспект – системно-функціональний.

Четвертий аспект – системно-цільовий.

П'ятий аспект – системно-ресурсний.

Шостий аспект – системно-інтеграційний.

Сьомий аспект – системно-комунікаційний.

Восьмий аспект – системно-історичний.

Формування детального уявлення про вісім перелічених аспектів вивчення системного підходу можливе завдяки подальшому тлумаченню.

Системно-елементний або системно-комплексний аспект передбачає виявлення елементів-складових цієї системи. У всіх соціальних системах можна виявити речові компоненти (засоби виробництва і предмети споживання), процеси (економічні, соціальні, політичні, духовні тощо) й ідеї, науково-усвідомлені інтереси людей і їх спільнот.

Системно-структурний аспект полягає у з'ясуванні внутрішніх зв'язків і залежностей між елементами системи, що дозволяє отримати уявлення про внутрішню організацію (будову) досліджуваної системи.

Системно-функціональний аспект системного підходу потребує виявлення функцій, для виконання яких створені й існують відповідні системи.

Системно-цільовий аспект спрямований на необхідність наукового визначення цілей і підцілей системи, їхніх взаємних зв'язків між собою.

Системно-ресурсний аспект системного підходу допомагає дослідникові, який формує методологію, ретельно виявити ресурси, потрібні для функціонування системи, для вирішення системою тієї або іншої проблеми.

Системно-інтеграційний аспект зазваний визначити сукупності якісних властивостей системи, що забезпечують її цілісність і особливість.

Системно-комунікаційний аспект системного підходу ґрунтується на необхідності виявлення зовнішніх зв'язків такої системи з іншими, тобто її зв'язків з навколишнім середовищем.

Системно-історичний аспект системного підходу передбачає з'ясування умови в часі, які вплинули на виникнення досліджуваної системи, пройдені нею етапи, сучасний стан, а також можливі перспективи розвитку.

Вченому, який формує методологію будь-якого дослідження, слід знати, що практично всі, на думку авторів, сучасні науки побудовані за системним принципом. Важливим аспектом системного підходу є вироблення нового принципу його використання – створення нового, єдиного і більш оптимального підходу (загальної методології) до пізнання, для застосування його до будь-якого пізнаного матеріалу, з гарантованою метою отримати найбільш повне і цілісне уявлення про цей матеріал.

Отже, вісім основних аспектів практичної реалізації потенціалу системного підходу нині є провідними, оскільки в діалектичному методі, по-перше, не запропоновано нічого іншого, такого, по-друге, що може так деталізовано й ясно пояснити причиново-наслідкові зв'язки між предметами, процесами, явищами навколишнього світу.

Як уже зазначено, системний підхід реалізується завдяки системному аналізу, який називають науковим методом пізнання, що полягає у послідовності дій з установаження структурних зв'язків між змінними або елементами досліджуваної системи. Формуючи методологію пошуку причин і наслідків досліджуваного предмета, вчений, який звернувся до системного аналізу як методу, має спиратися на комплекс загальнонаукових і експериментальних, природничих і статистичних, математичних методів тощо. Оскільки нині не існує єдиної методики системного аналізу в науці, дослідникові, який формує методологію, варто врахувати, що традиційно системний аналіз ґрунтується на таких методиках:

- процедури теорії дослідження операцій, яка дає змогу дати кількісну оцінку об'єктам дослідження;

- аналізу систем дослідження об'єктів в умовах невизначеності;

- системотехніки, яка включає проектування і синтез складних систем у процесі дослідження їх функціонування».

М. М. Мойсеєв вважає, що цінністю системного аналізу слід вважати можливість для дослідника розглядати досліджуваний предмет через призму логічного і послідовного підходу до проблеми прийняття рішень. Варто піддати критиці тлумачення цінності системного аналізу, запропоноване М. М. Мойсеєвим, оскільки системний аналіз застосовується не тільки до теорії операцій та теорії управління.

З метою дотримання правильного шляху в побудові методології будь-якого дослідження, вченому необхідно мати інформацію про наукознавство, яке автори визначають як вчення про науку, способи її визначення й побудови у вигляді системи знання. Наукознавство – це галузь досліджень, що вивчає соціальні, економічні й матеріально-технічні умови та закономірності розвитку науки, структуру і динаміку наукової діяльності. До того ж, наукознавством називають галузь досліджень, яка вивчає закономірності функціонування і розвитку науки, структуру й динаміку наукової діяльності, взаємодію науки з іншими соціальними інститутами та сферами матеріального і духовного життя суспільства. Варто врахувати й те, що наукознавство має важливу вищу форму своєї реалізації, а саме – метатеорію, яка аналізує методи й властивості якої-небудь іншої теорії – так званої предметної (або об'єктної) теорії.

Підґрунтям методології під час її формування дослідником є й етика та естетика. Оскільки етика як наука вивчає мораль та норми поведінки або сукупність моральних правил певної суспільної чи професійної групи, остільки формування методології наукового пошуку повинне спиратися на декілька позицій й настанов сучасного стану етики.

По-перше, треба звертати увагу на те, що сучасність тягне за собою певний релятивізм етики або заперечення норм поведінки (нігілізм).

По-друге, поняття «добро» дослідники прагнуть поширити й на взаємовідносини з природою та наукові експерименти.

По-третє, нині етика орієнтована на поляризацію за ознакою статі: існують дихотомічні людські чесноти, а саме: чоловічі й жіночі, які не можна не враховувати під час формування методології з позиції етики.

По-четверте, сучасна етика орієнтована на принцип благоговіння перед життям або на етику ненасильства.

По-п'яте, етика міжрелігійних стосунків накладає свій відбиток на методології будь-якої науки.

По-шосте, ідея рівноваги добра і зла нині домінує в етиці, що підштовхує дослідника до врахування такого бачення світу речей і стосунків між ними під час формування методології наукового пошуку.

До основ методології традиційно, разом з етикою, зараховують і естетику, яка є філософською наукою, що «вивчає природу (функції, загальні закони і закономірності) естетичної свідомості (діяльності людини та суспільства, буття), наукою про прекрасне». Естетику слід вважати наукою про чуттєве пізнання світу та наукою про неутилітарне, споглядальне або творче ставлення людини до дійсності, наукою, що вивчає специфічний досвід освоєння довколишньої дійсності, у процесі чого суб'єкт відчуває, переживає стан духовно-чуттєвої ейфорії, піднесення, радості, катарсису, духовної насолоди тощо, відчуває свою органічну причетність до Природи (або Універсуму, або Першопричини, або Бога). Ученому, який формує методологію, варто зважити на те, що естетика дає можливість споглядати дійсність та творчо ставитися до неї. Завдяки законам естетики дослідник здобуває можливість відчувати і переживати, здійснювати оцінку не відсторонено, а за допомогою власного чуттєвого досвіду, що надає більшій цінності висновкам, допомагає втілювати одержані результати досліджень у практику повсякденного життя.

Отже, вище розглянуто перший із п'яти атрибутів формування методології, а саме – основи методології, які включають у себе інформацію філософії, логіки, системології, психології, інформатики, системного аналізу, системного підходу, наукознавства, етики й естетики.

### **Характеристики діяльності**

Другим атрибутом формування методології є врахування характеристик діяльності: особливості, принципи, умови, норми діяльності предмета дослідження.

Далі – детальніше про кожен характеристику.

Під час формування методології дослідник має враховувати особливості предмета дослідження, якими називають його точні характеристики, що відрізняють його від інших предметів, процесів, осіб, явищ тощо. Наприклад, дослідник вивчає думку громадян щодо якості телевізійного транслявання фінального футбольного матчу Чемпіонату Європи. Думка повинна мати свої особливості, щоб її зафіксував дослідник. Але кожна думка кожної пересічної людини буде мати свої особливості, тобто ті смисли й слова, речення й артикуляцію, мову й метафоризацію, які відрізнятимуть їхні відповіді на питання дослідника. Шукаючи елементи, що відрізняють від-

повіді респондентів, дослідник визначає особливості предмета дослідження.

Ще одним елементом атрибуту «характеристики діяльності» під час формування методології є принципи діяльності предмета дослідження. Принципами називають твердження, що приймаються як правдиві завжди і всюди там, де вони застосовані. Принципом вважається «певне правило, сформульоване на основі пізнання законів чи закономірностей чинити саме так». Наприклад, принципом об'єктивності в журналістиці Л. М. Пономаренко вважає «ретельно відібрані й подані факти, встановлені закономірності їх розвитку; висловлена власна думка журналіста й подана оцінка зображуваного; проведений неупереджений і глибокий аналіз; дотримані достовірність, точність і правдивість висловлення». Автор пропонує виокремлювати й принцип об'єктивності в діяльності журналіста. Об'єктивність, констатує Л. М. Пономаренко, залежить від позиції журналіста, від його зацікавленості в об'єктивності факту й коментаря, врешті-решт від його морального вибору, на який «тиснуть» цензура, самоцензура, сенсаційність та інші чинники.

У прикладі, наведеному зі сайту [readbookz.com](http://readbookz.com), автор тлумачить принцип науковості, який є важливим принципом навчання в сучасній школі. Принцип вимагає, щоб зміст освіти знайомив учнів з об'єктивними науковими фактами, поняттями, законами, теоріями всіх основних розділів відповідної до навчального предмета галузі науки. На думку автора, принцип науковості в педагогіці має наближатися до розкриття сучасних досягнень і перспектив розвитку в майбутньому. В основу принципу науковості покладено низку важливих положень:

- світ можна пізнавати;
- людські знання, перевірені практикою, дають об'єктивну картину розвитку світу;
- наука в житті людини відіграє важливу роль, яка зумовлює спрямованість шкільної освіти на засвоєння наукових знань;
- науковість навчання забезпечується передусім змістом шкільної освіти, строгим дотриманням принципів його формування;
- науковість навчання спричинена реалізацією педагогами прийнятого змісту;
- науковість навчання, дієвість набутих знань залежить від відповідності навчальних планів і програм рівню соціального й науко-

во-технічного прогресу, підкріплення набутих знань практикою, між-предметних зв'язків.

Для дослідника, який формує методологію, важливо дотриматись характеристик діяльності, висловлених у шести правилах реалізації принципу науковості в педагогіці, про які повідомляє автор сайту [readbookz.com](http://readbookz.com).

1. Реалізуючи принцип науковості, впроваджуйте у навчання найновіші досягнення педагогіки, психології, методики, передового педагогічного досвіду.

2. Розкрийте логіку навчального предмета, яка забезпечує з перших кроків його вивчення надійне підґрунтя для засвоєння нових наукових понять.

3. Систематично інформуйте своїх учнів про нові досягнення в науці, техніці, культурі, пов'яуйте їх з системою знань, яку в них формуєте.

4. Застосовуйте найновішу наукову термінологію, не користуйтеся старими термінами, будьте в курсі новітніх наукових досягнень з свого предмета.

5. Розкривайте генезис наукового знання, ембріологію істини, послідовно реалізуйте вимоги історизму в навчанні.

6. У старших класах не обходьте спірних наукових проблем; якщо дозволяють умови, організуйте дискусію.

Формування методології дослідження вчений зможе здійснювати при врахуванні такої характеристики діяльності предмета дослідження як «умови». Умови діяльності в «Академічному словнику української мови» мають декілька значень, а саме: 1) необхідна обставина, яка робить можливим здійснення, створення, утворення чого-небудь або сприяє чомусь; 2) обставини, особливості реальної дійсності, при яких відбувається або здійснюється що-небудь; 3) правила, які існують або встановлені в тій чи іншій галузі життя, діяльності, які забезпечують нормальну роботу чого-небудь; 4) сукупність даних, положення, що лежать в основі чого-небудь. Узагальненим визначенням терміна «умови» може служити перше значення, яке подано у згаданому словнику. Отже, для дослідника, який формулює методологію наукового пошуку, важливим є врахування необхідних обставин, які роблять можливим здійснення вивчення причинно-наслідкових зв'язків між предметом дослідження й незалеж-



ними від дослідника факторами. Такі обставини повинні сприяти динаміці розвитку або занепаду досліджуваного явища, процесу, предмета. Наприклад, під час формулювання методології вивчення цензури в мультимедійних комунікаційних каналах дослідник повинен врахувати те, що цензура функціонує у певних умовах. Мультимедійні канали і комунікація завдяки їм також з'явилися при певних умовах прогресу суспільства. Знання дослідником таких умов дозволить врахувати, наприклад, структуру, яка зумовлює можливість певних поглядів, наукових теорій і наук у той або інший історичний період. Врахування умов формування певної епістеми дасть змогу дослідникові звернутися до методу діахронії (історичної послідовності, наступності в розвитку й еволюції явищ) чи синхронії (співіснування явищ у ту саму історичну епоху). Отже, врахування умов діяльності предмета дослідження як складова його характеристик є важливим елементом-атрибутом для формування методології наукового пошуку.

Наступним елементом характеристики для вченого, який формує методологію пошуку, є норми діяльності предмета вивчення. Під нормою розуміють регулятивне правило, яке вказує межі свого застосування і відповідає чомусь типовому або звичайному. Норма не є застиглим явищем, оскільки вона постійно оновлюється і змінюється: у природі в еволюційному часі (від часу життя покоління організмів, філогенетичної групи і більше); у суспільстві – від часу соціально активного домінування певного покоління (25–30 років) до часу існування конкретного суспільства чи культури. Наприклад, дослідник, який формує методологію наукового пошуку, має врахувати те, що досягнуті ним результати необхідно порівнювати з нормою. Оскільки остання змінюється разом із часом, на неї впливають еволюційно-соціальні чинники, то і вивчати явище, процес або предмет дослідження треба з урахуванням їх як відносних незмінних.

Отже, вище розглянуто атрибут «характеристики діяльності» – другий із п'яти атрибутів, які утворюють структуру методології. Далі розглядатимемо третій атрибут – «Логічна структура діяльності».

Для дослідника, який формує методологію наукового пошуку причин і наслідків предмета вивчення, об'єктивно необхідно врахувати атрибут «Логічна структура діяльності», до структури якого вхо-

дять суб'єкт, об'єкт, предмет, форми, засоби, методи, результат діяльності, розв'язання завдань. Кожний згаданий структурний елемент деталізовано.

Суб'єктом (наділену чуттям і розумом істоту, що пізнає світ – себе, природу, абсолютну істину тощо) діяльності у дослідженні слід вважати самого дослідника. Саме він пізнає світ, шукає істину, першопричину, є активною істотою. Поняття «суб'єкт» щільно пов'язане з поняттям «об'єкт» діяльності. Під об'єктом традиційно мають на увазі матеріальний предмет пізнання і практичного впливу з боку людини (суб'єкта). Дослідники також вважають, що об'єктом слід називати будь-який предмет думки, дослідження, художнього відображення тощо. Дослідник, який формує методологію, має чітко орієнтуватися в тому, хто в його досліді є суб'єктом, хто – об'єктом вивчення. З цією метою варто пам'ятати про те, що суб'єкт – це активний елемент дослідження, об'єкт – пасивний. Наприклад, вивчаючи за допомогою експерименту реакції дітей на мультфільми, що містять елементи насилля і жорстокості, експериментатор буде активно діючим елементом (суб'єктом) діяльності, тоді як діти – об'єктом. Але статуси зміняться, коли підійти до аналізу з іншого боку: якщо діти дивляться мультфільми з елементами насилля і жорстокості, отримавши завдання реагувати на такі елементи, маленькі телеглядачі набувають статусу суб'єкта, оскільки починають активно діяти у процесі пізнання світу. У такому випадку об'єктом діяльності має виступати пасивний елемент досліджуваного процесу перегляду мультфільмів. Отже, об'єктом діяльності у такому випадку є мультфільм.

Разом із термінами «суб'єкт» і «об'єкт» діяльності в науковому методологічному обігу вживаються терміни «предмет діяльності» та «предмет пізнання». Варто уточнити їхні значення.

Предметом називають те, що позначає певну цілісність, виділену зі світу об'єктів у процесі практичної та духовної діяльності. Предметом діяльності є види, форми та діапазон цілеспрямованого перетворення дійсності людиною. Предмет пізнання – сторони, властивості й відношення навколишнього світу, виділені в процесі практики і перетворені на об'єкт прикладання пізнавальних зусиль для розкриття їхніх специфічних закономірностей та структури. Під час формування методології наукового пошуку дослідникові необ-

хідно чітко диференціювати терміни «предмет», «предмет діяльності» та «предмет пізнання». Наприклад, під час вивчення інформаційного шуму в процесі комунікації предметом слід вважати те, що означає певну цілісність, виділену із світу об'єктів. Такою цілісністю є інформаційний шум, а світом об'єктів – процес комунікації.

На відміну від терміна «предмет» дещо інше значення має термін «предмет діяльності». Якщо предметом є виокремлена цілісність, яку виділили із світу об'єктів, предметом діяльності вже виступають види, форми та діапазон перетворення дійсності людиною. Отже, предмет щойно виокремлюється із сукупності світу, а предмет діяльності вже має певне розгалуження на види та форми прояву. Причому такий прояв здійснюється людиною як активним елементом, який перетворює дійсність, створює нове завдяки цілеспрямованим діям, тобто діяльності.

Виокремлюючи предмет пізнання, дослідникові, який формує методологію, варто звернутися до визначення терміна «предмет пізнання». У дефініції терміна вказують на те, що виокремлений об'єкт як система властивостей і відношень навколишнього світу має прикладне значення. У процесі вивчення практичні властивості виокремленого об'єкта досліджують як специфічні.

Отже, цілеспрямоване виокремлення властивостей предмета з метою подальшого практичного використання (предмет пізнання) відрізняється від виокремлення певної цілісності із об'єктів практичної і духовної діяльності людини (предмет) і не є тотожним системі видів, форм та діапазону цілеспрямованого перетворення дійсності людиною (предмет діяльності).

Для формування методології наукового пошуку вченому необхідно звернутися й до терміна «форми» як елемента третього атрибуту, що утворює структуру методології. Формою називають зовнішній тривимірний контурний вигляд чи конфігурацію певної речі – на противагу матерії. Також формою вважають або зовнішній вигляд, обрис предмета, або будь-який зовнішній вираз якогось змісту. Отже, вченому, котрий формує методологію вивчення, наприклад, у пошуку методологічних аспектів розвитку дослідження соціальної комунікації варто врахувати, що розвиток дослідження соціальної комунікації має форму методологічних аспектів, що у свою чергу, виражаються в таких формах як: онтологія, гносеологія, праксеологія тощо.

Наступним елементом логічної структури діяльності під час формування методології дослідження є засоби, які тлумачать як образи дій, прийоми здійснення будь-чого. Підбираючи певні методи пошуку причин і наслідків досліджуваного предмета, вчений повинен передбачати ті прийоми здійснення подальшого дослідження, які, по-перше, відповідають його задуму, по-друге, є реальними (відповідають тим умовам, які дозволяють здійснювати запланований образ дій).

Для формування методології дослідження із врахуванням логічної структури діяльності предмета вченому необхідно пам'ятати про методи аналізу. Оскільки методом називають основний шлях наукового пошуку, остільки варто точно і правильно визначити його. Дослідник може зробити це шляхом зіставлення умов діяльності (існування) предмета вивчення з тими засобами, які допоможуть йому здійснити задумані процедури. Що більше виникне суперечностей між умовами діяльності предмета дослідження і засобами його вивчення, то нижчий ступінь застосування певного методу. І навпаки.

Ще одним елементом, який утворює логічну структуру діяльності в межах структури методології, що формує дослідник, є результати діяльності предмета вивчення. Результатом у логіці наукового пошуку слід вважати стосунок, який виникає між двома висловлюваннями. Оскільки в логіці висловлюванням називають «зміст речення (певної мови – природного або штучного), що розглядається у зв'язку з тими або іншими оцінками його істинності (істинно, помилково) або модальності (ймовірно, можливо, неможливо, необхідно і ін.), тож варто зазначити, що результатом необхідно називати зв'язок, що виникає між змістами двох речень, у яких висловлюється оцінка істинності/неістинності або модальності (можливості/неможливості) предмета дослідження. Отже, відбираючи методи для формування методології дослідження, вченому треба зважати на результати діяльності предмета вивчення як на стосунок між двома висловленнями про істинність/неістинність та можливість/неможливість існування (діяльності) предмета дослідження.

Для формування методології дослідження необхідно також звернути увагу на вирішення завдання як елемент логічної структури, котра є атрибутом утворення структури методології. Якщо завданням

## Розділ 1. Методологія наукового пізнання

---

є «визначений наперед обсяг роботи, те, що хочуть здійснити; доручення», вирішенням завдання слід вважати виконання того запланованого обсягу роботи. Отже, дослідник, який формує методологію наукового пошуку, має не тільки запланувати певний обсяг дослідницької роботи, але й виконати його. Разом із виконаним завданням учений розв'язує задачі, як визначив у завданні. Задачею є питання, яке розв'язують шляхом обчислень за певною умовою. Отже, формування методології за атрибутом «логічна структура діяльності» передбачає не тільки виконання завдання як визначеного обсягу роботи, але й розв'язання конкретних задач як питань, що потребують обчислень за певних умов.

Четвертим атрибутом, який утворює структуру методології, є часова структура діяльності, котра включає в себе фази, стадії та етапи.

Під час формування методології дослідження вченому необхідно з'ясувати цінність врахування фаз діяльності предмета вивчення. Фазою (фазами) називають «період, ступінь у розвитку чого-небудь». Наприклад, перед тим, як спланувати свій пошук, дослідникові варто врахувати періоди у розвитку предмета дослідження, оскільки різний його стан на кожному ступені розвитку продукує властиву тільки певному періоду характерну поведінку, діяльність тощо. Близьким до значення терміна «фаза» є інший термін «стадія», який означає «певний момент, період, етап у житті, розвитку когось, чогось, чого-небудь, які мають якісні особливості; фаза, щабель, ступінь». Недалеко за значенням від тлумаченого відійшов термін «етапи». Його значення словник роз'яснює так: «відрізок часу, відзначений певними подіями». Смісл трьох згаданих термінів («фаза», «стадія», «етап») схожий, але й має певні особливості. Порівняння дає можливість стверджувати таке: фаза – часовий проміжок у розвитку, стадія – певний момент, що має якісні особливості; етап – часовий відрізок, який відзначено певними подіями. Отже, дослідникові, що формує методологію наукового пошуку, конче треба чітко розібратися в різних особливостях дефініцій згаданих трьох термінів, що дасть йому можливість вживати кожний термін доцільно й точно. У будь-якому випадку врахування дослідником фаз діяльності предмета вивчення дасть можливість виокремити часові проміжки у його розвитку. Врахування специфіки стадій розвитку предмета дослі-

дження підкаже науковцю, що варто виділяти певні моменти у такому розвитку, які мають якісні особливості. Безперечним є твердження про те, що формування методології не може обійтися без визначення певних етапів розвитку предмета дослідження. Науковцю варто пам'ятати про те, що виокремлення етапів розвитку предмета вивчення потребує ідентифікації певних подій, які відбулися у певний часовий проміжок.

Отже, об'єктивно необхідно під час формування методології наукового пошуку врахувати специфіку і фаз, і стадій, і етапів розвитку предмета вивчення.

Той, хто опікується формуванням методології дослідження, має пам'ятати про п'ятий атрибут її структури – технологію виконання роботи і вирішення завдань. До таких слід віднести засоби, методи, способи та прийоми.

Засобами традиційно називають способи, методи, прийоми (впливу), знаряддя, інструменти. Враховуючи визначення, варто зробити висновок про те, що під час формування методології вивчення слід звертати увагу на технологію або, висловлюючись технічною мовою, «знання про перетворення сировини у напівфабрикати й вироби та метод їх виготовлення». Саме розрахунок на певну технологію (процедуру, рецепт) може дати дослідникові підґрунтя для подальшого чіткого вибору методів та об'єднати їх у систему при формуванні методології дослідження. Наприклад, вивчаючи чинники, що зумовлюють риторичний характер дискурсу мережевих видань, учений має продумати процедуру (технологію) практичного дослідження предмета вивчення. Вибір певної технології (засобу) виконання дослідницької роботи і за рахунок вирішення завдань наукового пошуку повністю залежить від визначеного дослідником методу. Можна, наприклад, звернутися до методології, яка передбачає поєднання в систему гіпотетико-дедуктивного методу і методу контент-аналізу. Останній є нерозривним із методом кількісно-якісного аналізу. У такому випадку кожен із згаданих методів буде вимагати залучення конкретних засобів (технологій) реалізації задуму дослідника. Наприклад, під час звернення до гіпотетико-дедуктивного методу вченому необхідно залучити такі засоби: висунути гіпотезу й надалі завдяки залученню дедуктивного методу довести або спростувати гіпотезу. Отже, формування методології тісно пов'язане

## Розділ 1. Методологія наукового пізнання

---

зі знанням конкретних засобів реалізації обраних методів дослідження.

Аналіз необхідності використання засобів, методів, способів та прийомів як елементів п'ятого атрибуту («Технологія виконання роботи і вирішення завдань») структури методології дослідження завершує опис вчення про методи, методики, способи і засоби пізнання.

Варто знати, що методологія як вчення також розгалужується на змістовну і формальну.

Змістова методологія передбачає вивчення законів, теорій, структури наукового знання, критеріїв науковості і системи використовуваних методів дослідження.

Формальна методологія пов'язана з аналізом методів дослідження з точки зору логічної структури і формалізованих підходів до побудови теоретичного знання, його істинності й аргументованості.

Кожне з понять виражене терміном, значення яких далі аналізуємо.

Змістова методологія апелює до терміна «закони», який тлумачать як вербальне і математично виражене твердження, що має доказ (на відміну від аксіоми), який описує співвідношення, зв'язки між різними науковими поняттями, запропоноване як пояснення фактів і на якомусь етапі визнане науковим співтовариством, що узгоджується з ними.

Варто знати, що неперевірене наукове твердження, припущення або здогадку називають гіпотезою. Закон, справедливість якого була встановлена не з теоретичних міркувань, а з дослідних даних, називають емпіричним законом. І навпаки, закон, справедливість якого не була встановлена дослідним шляхом, називають теоретичним законом.

Для дослідника, який формує методологію наукового пошуку, важливим є знання законів, аби орієнтуватися в тому, що вчений вивчає предмет дослідження завдяки змістовій методології. Згадане знання дає можливість дізнатися й про теорію як одне з ключових понять змістової методології.

Теорією називають сукупність висновків, що відображає об'єктивно існуючі відносини і зв'язки між явищами об'єктивної реальності. Також теорією вважають учення, систему ідей або принципів,

сукупність узагальнених положень, які утворюють науку або її розділ. Окрім того, теорія виступає як форма синтетичного знання, у межах якої окремі поняття, гіпотези і закони втрачають колишню автономність і стають елементами цілісної системи.

Автори визначення терміна «теорія» вважають, що у ній кожен висновок виводиться з інших висновків на основі деяких правил логічного виводу, а здатність прогнозувати – це наслідок теоретичних побудов. Теорії формулюються, розробляються і перевіряються відповідно до наукового методу. У так званих «чистих» науках теорія, на думку авторів, це довільна сукупність пропозицій деякої штучної мови, що характеризується точними правилами побудови виразів і їх розуміння.

Важливим є те, що науковець, який формує методологію майбутнього наукового пошуку, має враховувати, що у сучасній науці термін «теорія», або «наукова теорія» використовують для узагальнення емпіричних явищ, здійснене за науковим методом. Такі теорії переважно описані таким чином, що будь-який науковець, який є фахівцем у певній області науки, може зрозуміти, перевірити, і верифікувати або «фальсифікувати» їх. У сучасному науковому контексті відмінність між теорією і практикою приблизно відповідає відмінності між теоретичною наукою та технологією або прикладною наукою. У науці проведено межу між теорією і гіпотезою, тобто теорією, що не вважається задовільно випробуваною або доведеною.

Для здійснення дослідження в науці завдяки методології треба пам'ятати про попередження Карла Поппера: «Будь-яка фізична теорія завжди має тимчасовий характер, у тому сенсі, що є всього лише гіпотезою: ви ніколи не зможете її довести. Скільки б разів не констатувалася згода теорії з експериментальними даними, ви ніколи не можете бути упевнені, що наступного разу не отримаєте результату, який перечить їй... Щоразу, коли нові експерименти підтверджують передбачення теорії, теорія демонструє свою життєвість, і наша віра в неї міцніє. Але якщо хоч одне нове спостереження не узгоджується з теорією, нам доводиться або відмовитися від неї, або модифікувати». Цитовані слова К. Поппера повинні налаштовувати добросовісного дослідника на те, що жодна теорія не може вважатися константою, адже розвиток науки перестане бути таким. З іншого боку, неконстантність будь-якої теорії зумовлена тим, що вона є



лише передбаченням. Теорія – це передбачення. Теорію необхідно постійно доводити, підтверджувати, щоб на її місце не прийшла нова теорія, отже, – нове передбачення, гіпотеза, припущення. На жаль, нове припущення (теорію) потрібно буде підтверджувати або спростовувати. Так до безкінечності. Підсумовуючи, варто зробити висновок про те, що і теорія, і наука не мають меж та вимагають постійної підтримки, зважаючи на системи знань певних історичних епох.

Прийнято розрізняти декілька видів теорій. Вони є аксіоматичні, парадоксальні, упереджені, суперечливі, формальні.

Для об'єктивно зумовленого формування методології наукового пошуку треба врахувати, що теорії виконують певні функції. Традиційно виокремлюють такі:

- теорія забезпечує того, хто використовує її концептуальні структури;

- у теорії відбувається розробка термінології;

- теорія дозволяє розуміти, пояснювати або прогнозувати різні прояви об'єкта теорії.

Формування методології має враховувати наукову теорію як форму організації знань, яка забезпечує розширення сфери знання за межами безпосереднього спостереження. Саме тому вона «відрізняється від простої реєстрації спостережень і характеризується наявністю таких елементів:

- загальних законів і сфери їх застосування, де вона пояснює явища, які відбуваються;

- сфери передбачення невідомих явищ;

- логіко-математичного апарату виведення наслідку із законів;

- визначення концептуальної схеми, без якої неможливе пізнання об'єктів цієї теорії.

Дослідникові, який переймається формуванням змістовної методології вивчення предмета дослідження, варто знати структуру наукового знання.

## **1.2. Наукове знання, його специфіка і будова**

### **Поняття науки**

Як своєрідна форма пізнання – специфічний тип духовного виробництва і соціальний інститут – наука, як уже згадано вище,

виникла в Новий час, у XVI-XVII ст., в епоху становлення капіталістичного способу виробництва. З цього часу наука починає розвиватися відносно самостійно. Однак вона постійно зв'язана з практикою, одержує від неї імпульси для свого розвитку й у свою чергу – впливає на хід практичної діяльності, опредметнюється, матеріалізується в ній.

Наука – це форма духовної діяльності людей, спрямована на виробництво знань про природу, суспільство і про саме пізнання, що має за безпосередню мету збагнути істину і відкрити об'єктивні закони на основі узагальнення реальних фактів у їхньому взаємозв'язку.

Наука – це і творча діяльність з одержання нового знання і результат такої діяльності: сукупність знань, приведених у цілісну систему на основі визначених принципів, і процес їхнього виробництва. Збори, сума розрізнених, хаотичних зведень не є науковим знанням. Як і інші форми пізнання, наука – соціально-історична діяльність, а не тільки «чисте знання». Особливостями наукової діяльності (що виступає в двох своїх аспектах – когнітивному і соціологічному) є універсальність, унікальність, персоніфікованість, дисциплінованість, демократизм, комунікабельність.

Відбиваючи світ у його матеріальності і розвитку, наука утворює єдину, взаємозалежну, таку, що розвивається, систему знань про його закони. Водночас її розділяють на безліч галузей знання (часток наук), що розрізняються між собою тим, яку сторону дійсності, форму руху матерії вони вивчають. За предметом і методом пізнання можна виділити науки про природу – природознавство, і суспільство – суспільствознавство (гуманітарні, соціальні науки), про пізнання, мислення (логіка, гносеологія й ін.). Окрему групу складають технічні науки. Дуже своєрідною наукою є сучасна математика. У свою чергу кожна група наук може бути піддана більш докладному членуванню. Наприклад, до складу природничих наук входять механіка, фізика, хімія, біологія та ін., кожна з яких поділена на низку наукових дисциплін – фізична хімія, біофізика і т.д. Наукою про найбільш загальні закони дійсності є філософія, яку не можна, однак, цілком вважати лише наукою.

Можуть бути й інші критерії для класифікації наук. Зокрема, своєю віддаленістю від практики науки можна розділити на два ве-

ликих типи: фундаментальні, де немає прямої орієнтації на практику і прикладні – безпосереднє застосування результатів наукового пізнання для рішення виробничих і соціально-практичних проблем. Водночас межі між окремими науками і науковими дисциплінами досить умовні.

Наука як форма пізнання і соціальний інститут сама себе вивчає за допомогою комплексу дисциплін, куди входять історія і логіка науки, психологія наукової творчості, соціологія знання і науки, наукобачення та ін. Сьогодні бурхливо розвивається філософія науки, що досліджує загальні характеристики науково-пізнавальної діяльності, структуру і динаміку знання, його соціокультурну детермінацію, логіко-методологічні аспекти і т. ін.

### **1.3. Основні особливості наукового пізнання**

1. Основна задача наукового знання – виявлення об'єктивних законів дійсності – природних, соціальних (суспільних), законів самого пізнання, мислення та ін. Звідси орієнтація дослідження головно на загальні, істотні властивості предмета, його необхідні характеристики і їхнє вираження в системі абстракцій. Якщо цього немає, то немає і науки, тому що саме поняття науковості припускає відкриття законів, поглиблення в сутність досліджуваних явищ.

2. Безпосередня мета і вища цінність наукового пізнання – об'єктивна істина, якої досягають переважно раціональними засобами і методами, зрозуміло, не без участі живого споглядання. Звідси характерна риса наукового пізнання – об'єктивність, усунення по можливості суб'єктивістських моментів у багатьох випадках для реалізації «чистоти» розгляду свого предмета. Разом із тим треба мати на увазі, що активність суб'єкта – найважливіша умова і передумова наукового пізнання. Останнє нездійсненно без конструктивно-критичного відношення до дійсності, що виключає відсталість, догматизм, апологетику.

3. Наука у більшій мірі, ніж інші форми пізнання, орієнтовані на те, щоб бути втіленою в практику, бути «керівництвом до дії» із зміни навколишньої дійсності і керуванню реальними процесами. Життєвий зміст наукового вишукування може бути виражений формулою: «Знати, щоб передбачати, передбачати, щоб практично діяти» – не тільки в сьогоденні, але й у майбутньому.

4. Наукове пізнання в гносеологічному плані є складним суперечливим процесом відтворення знань, яка утворюють цілісну систему понять, що розвивається, теорій, гіпотез, законів та інших ідеальних форм, закріплених у мові – природному або – що більш характерно – штучному (математична символіка, хімічні формули і т. ін.). Наукове знання не просто фіксує свої елементи, безупинно відтворює їх на своїй власній основі, формує їх відповідно до своїх норм і принципів. Процес безупинного самовідновлення наукою свого концептуального арсеналу – важливий показник науковості.

5. У процесі наукового пізнання застосовують такі специфічні матеріальні засоби як прилади, інструменти, інше так зване «наукове устаткування», найчастіше дуже складне і дороге (синхрофазотрони, радіотелескопи, ракетно-космічна техніка і т.д.). Окрім того, науці більше, аніж іншим формам пізнання, властиве використання для дослідження своїх об'єктів і самої себе таких ідеальних (духовних) засобів і методів як: сучасна логіка, математичні методи, діалектика, системний, кібернетичний та інші загальнонаукові прийоми і методи (див. про це нижче).

6. Науковому пізнанню властиві строга доказовість, обґрунтованість отриманих результатів, вірогідність висновків. Окрім цього, тут чимало гіпотез, здогадів, припущень, можливих суджень тощо. Ось чому найважливіше значення має логіко-методологічна підготовка дослідників, їхня філософська культура, постійне вдосконалювання свого мислення, вміння правильно застосовувати його закони і принципи.

У сучасній методології виділяють різні рівні критеріїв науковості, зараховуючи до них, окрім названих, внутрішню системність знання, його формальну несуперечність, здатність бути перевіреною завдяки досвіду, відтворюваність, відкритість для критики, свободу від упередженості, строгість і т.д. В інших формах пізнання розглянуті критерії можуть мати місце (різною мірою), але там вони не є визначальними.

## **1.4. Специфіка пізнання соціальних явищ**

Тривалий час аналіз науки і наукового пізнання проводився згідно з моделлю природно-математичного знання, чії характеристики були властиві і науці загалом, що є особливо наочним у пози-

тивізмі. В останні роки різко зріс інтерес до соціального (гуманітарного) пізнання, як одного із своєрідних видів наукового пізнання. Коли про нього йдеться, то варто мати на увазі два його аспекти: будь-яке пізнання в кожній зі своїх форм завжди соціальне, оскільки є суспільний продукт і детерміноване культурно-історичними причинами; один із видів наукового пізнання, що має своїм предметом соціальні (суспільні) явища і процеси – суспільство загалом або його окремі сторони – економіка, політика, духовна сфера і т.д.

При дослідженні соціальних явищ неприпустимо як зведення до природного – зокрема, спроби пояснити суспільні процеси тільки законами природознавства, так і протиставлення природного і соціального, аж до їхнього повного розриву. В одному випадку відбувається ототожнення соціальне – гуманітарного знання з природничо-науковим і механічним, некритичне, зведення (редукція) першого до другого. Це натуралізм, що виступає у формах механіцизму, фізикалізму, біологізму й ін. В іншому разі протиставлення природознавства і наук про культуру і, як наслідок, абсолютизація специфіки останніх їхніх методів нерідко супроводжується дискредитацією точних наук.

Обидва типи наук – галузі науки як цілого, що характеризуються єдністю і розходженням, кожна з цих галузей хоча і тісно зв'язана з іншою, але має свої особливості.

Специфіка соціального (гуманітарного) пізнання виявляється в таких аспектах:

1. Його предмет – «світ людини», а не просто річ як така. А це значить, що цей предмет має суб'єктивний вимір, у нього включена людина як автор і виконавець своєї власної драми, що він же і пізнає. Гуманітарне пізнання має справу із реальними речами і їхніми властивостями, а з людськими відносинами, де тісно переплітаються матеріальне й ідеальне, об'єктивне й суб'єктивне, свідоме і стихійне тощо, де зіштовхуються інтереси і пристрасті, ставляться і реалізуються визначені цілі і т.д. Оскільки суспільство – діяльність людей, то соціальне пізнання і є дослідженням останньої (а не природи) у різних її формах – і насамперед чуттєво-предметної діяльності (практики). Виявлення її законів є водночас відкриттям законів суспільства і – на цій основі – законів та принципів самого пізнання, мислення.

2. Соціальне пізнання нерозривне і постійно зв'язане з предметними (оцінка явищ з погляду добра і зла, справедливого й несправедливого тощо) і «суб'єктивними» (установки, погляди, норми, цілі і т. ін.) цінностями. Вони вказують на людське значиме і культурне значення визначених явищ дійсності. Такими є частково політичні, світоглядні, моральні переконання людини, її вподобання, принципи і мотиви поведінки і т. д. Усі зазначені моменти входять у процес соціального дослідження і неминуче позначаються на змісті одержуваного у цьому процесі знання.

3. Характерною рисою соціального пізнання є його переважна орієнтація на «якісне фарбування подій». Тут явища досліджуються головню з боку якості, а не кількості. Тому питома вага кількісних методів тут набагато менша, ніж у науках природно-математичного циклу, хоча їхнє застосування стає дедалі ширшим. При цьому основну увагу приділяють аналізу одиничного, індивідуального, але на основі загального, закономірного.

4. У соціальному пізнанні не можна використати ані мікроскоп, ані хімічні реактиви, ані тим паче, надскладне технічне устаткування – усе це повинна замінити сила абстракції. Тому тут винятково великою є роль мислення, його форм, принципів і методів. Якщо в природознавстві формою розуміння об'єкта є монолог (тому що «природа мовчить»), то в гуманітарному пізнанні – це діалог (особистостей, текстів, культур і т. ін.). Діалогічна природа соціального пізнання найповніше виражається у процедурах розуміння. Це і є занурення у «світ змістів» іншої людини, розуміння і тлумачення (інтерпретація) його почуттів, думок і прагнень. Розуміння як прилучення до суті людської діяльності, як смислоутворення тісно пов'язане із саморозумінням і відбувається в умовах спілкування людей.

5. У силу зазначених вище обставин у соціальному пізнанні дуже важливу роль грає «гарна» філософія і правильний метод. Їхнє глибоке знання і вміле застосування дозволяють адекватно досягнути складний, суперечливий, суто діалектичний характер соціальних явищ і процесів, природу мислення, його форм і принципів, наскільки вони просякнуті ціннісно-світоглядними компонентами, як впливають на результати пізнання, смисложиттєвої орієнтації людей, особливості діалогу (немислимого без постановки і дозволу протиріч –

проблем) і т.д. Мало того, це важливо ще й тому, що для соціального пізнання характерна відсутність загальноновизнаних парадигм (що веде найчастіше до «теоретичного анархізму»), рухливість та неперервність його емпіричного базису, складна природа теоретичних узагальнень (пов'язана насамперед із залученістю до них ціннісних компонентів і «особистих модальностей»).

### **1.5. Історичний характер науки і наукового пізнання**

Наука – явище конкретно-історичне, що у своєму розвитку пережило низку якісно своєрідних етапів. Питання про періодизацію історії науки і її критерії донині є дискусійним та активно обговорюється в українських та зарубіжних джерелах. Один з підходів, що одержує в нас дедалі більше визнання, розроблений на матеріалі історії природознавства (В. С. Степин, В. В. Ільїн і ін.) і полягає у наведеному нижче.

Попереду науки як такої йде переднаука (докласичний етап), де зароджуються елементи (передумови) науки. Тут йдеться про зачатки знань на Древньому Сході, у Греції і Римі, а також у Середні віки, аж до Нового часу. Саме цей період найчастіше вважають початком, вихідним пунктом природознавства як систематичного дослідження природи.

Наука як цілісний феномен виникає в Новий час внаслідок відбруньковування від філософії і проходить у своєму розвитку три основних етапи: класичний, некласичний, постнекласичний (сучасний). На кожному з цих етапів розроблено відповідні ідеали, норми та методи наукового дослідження, сформовано визначений стиль мислення, своєрідний понятійний апарат і т.д.

Класична наука (XVII–XIX ст.), досліджуючи свої об'єкти, змінилась при їхньому описі і теоретичному поясненні елімінувати все, що стосується суб'єкта, засобів, прийомів і операцій його діяльності. Тут панує об'єктний стиль мислення, бажання пізнати сам предмет безвідносно до умов його вивчення.

Неокласична наука (перша половина XX ст.), вихідний пункт якої пов'язаний з розробленням релятивістської і квантової теорії, відкидає об'єктивізм класичної науки, уявлення реальності як чогось,

що не залежить від засобу її пізнання, суб'єктивного фактора. Вона осмислюється через знання об'єкта, характер засобів і операції діяльності. Експлікацію цих зв'язків розглядають як умову об'єктивно-істинного опису і пояснення світу.

Істотна ознака постнекласичної науки (друга половина ХХ ст.) – включеність суб'єктивної діяльності в «тіло знання». Вона враховує співвіднесеність характеру одержуваних знань про об'єкт не тільки з особливістю засобів і операцій діяльності суб'єкта, але й з її ціннісно-цільовими структурами.

Не аналізуючи кожен із названих етапів, відзначимо, що характерною рисою постнекласичної стадії розвитку науки є універсальний (глобальний) еволюціонізм, що з'єднує ідеї еволюції з ідеями системного підходу і розповсюджує розвиток на всі сфери буття, встановлює універсальний зв'язок між неживою, живою і соціальною матеріями.

Вирішальне значення у твердженні принципу універсального еволюціонізму мають три найважливіші концептуальні напрямки в науці ХХ ст.: теорія нестационарного Всесвіту, синергетика, теорія біологічної еволюції і розвинута на її основі концепція біосфери й ноосфери.

## **1.6. Структура і рівні наукового пізнання**

Наукове пізнання є цілісною системою, яка розвивається, і має досить складну структуру. Остання постає як єдність стійких взаємозв'язків між елементами цієї системи. Структура наукового пізнання може бути представлена в різних її зрізах і відповідно – у сукупності специфічних своїх елементів. У ролі таких можуть виступати: об'єкт (предмет пізнання); суб'єкт пізнання; засоби, методи пізнання – його знаряддя (матеріальні і духовні).

У структурі кожного наукового знання існують елементи, що не укладаються в традиційне поняття науковості: філософські, релігійні, магичні уявлення; інтелектуальні і сенсорні навички, які не піддаються вербалізації і рефлексії; соціально-психологічні стереотипи, потреби; визначені конвенції, метафори, протиріччя і парадокси; сліди особистих пристрастей і антипатій, звичок, помилок тощо.



## Розділ 1. Методологія наукового пізнання

---

За однією класифікацією в складі науки розрізняють:

- 1) науку переднього краю, що поряд із істинним передбачає неістинні, але отримані науковими засобами результати;
- 2) тверде ядро науки – достовірний, правдивий шар знання, кристалізований по ходу розвитку знання;
- 3) історію науки.

При іншому «зрізі» наукового пізнання в ньому варто розрізняти такі елементи його структури:

- 1) фактичний матеріал, почерпнутий з емпіричного досвіду;
- 2) результати його первісного концептуального спілкування в поняттях та інших абстракціях;
- 3) засновані на фактах проблеми і наукові припущення (гіпотези);
- 4) «закони, що виростають» із них, принципи і теорії (зокрема й альтернативні);
- 5) філософські установки;
- 6) соціокультурні підстави;
- 7) методи, ідеали і норми наукового пізнання, його еталони, регулятиви й імперативи;
- 8) стиль мислення і деякі інші елементи.

Ідеали і норми наукового пізнання – сукупність визначених концептуальних, ціннісних, методологічних та інших установок, властивих науці на кожному конкретно-історичному етапі її розвитку. Їхня основна функція – організація і регуляція процесу наукового дослідження, орієнтація на ефективніші шляхи, способи і форми досягнення достовірних результатів. При переході на новий етап наукового дослідження (наприклад, від класичної до неklasичної науки) кардинально міняються його ідеали і норми. Їхній характер зумовлений насамперед предметом пізнання, специфікою досліджуваних об'єктів, а їхній зміст завжди формується в конкретному соціокультурному контексті.

Цілісна єдність норм і ідеалів наукового пізнання, що переважають на визначеному етапі розвитку науки, виражає поняття «стиль мислення». У науковому пізнанні він виконує регулятивну функцію, має багатшаровий, варіативний і ціннісний характер. Виражаючи загальноприйняті стереотипи інтелектуальної діяльності, які властиві цьому етапу, стиль мислення завжди втілюється у визначеній

конкретно-історичній формі. Найчастіше розрізняють класичний, не-класичний і посткласичний (сучасний) стилі наукового мислення.

Наукове пізнання є процесом, тобто системою знання, яка розвивається, включає в себе два основних рівні – емпіричний і теоретичний. Вони хоча і зв'язані, та кожен має свою специфіку. У чому вона полягає?

На емпіричному рівні переважає живе споглядання (почуттєве пізнання), раціональний момент і його форми (судження, поняття й ін.) тут присутні, але мають підлегле значення. Тому досліджуваний об'єкт відбивається переважно з боку своїх зовнішніх зв'язних проявів, доступних живому спогляданню, і внутрішніх відносин. Збір фактів, їхнє первинне узагальнення, опис та експериментальні дані, їхня систематизація, класифікація й інша діяльність – характерні ознаки емпіричного пізнання.

Емпіричне, досвідчене дослідження спрямоване безпосередньо (без проміжних ланок) на свій об'єкт. Воно освоює його за допомогою таких прийомів і засобів як порівняння, вимір, спостереження, експеримент, аналіз, індукція (про ці прийоми йтиметься згодом). Однак досвід ніколи, а тим паче у сучасній науці, не буває сліпим: він планується, його конструює теорія, а факти завжди так чи інакше теоретично навантажені. Тому вихідний пункт, початок науки – це, точніше кажучи, не самі по собі предмети, не голі факти (навіть у їхній сукупності), а теоретичні схеми, «концептуальні каркаси дійсності». Вони складаються з різних абстрактних об'єктів («ідеальних конструктів») – постулатів, принципів, визначень, концептуальних моделей і т.д.

Як у цьому зв'язку відзначав А. Уайтхед, наукове пізнання виступає з'єднанням двох шарів. Один шар складається з безпосередніх даних, отриманих за допомогою конкретних спостережень. Інший представлений нашим загальним способом розуміння світу. На думку А. Уайтхеда, їх можна назвати Шаром Спостереження і Концептуальним Шаром, причому перший з них завжди інтерпретований за допомогою понять, що доставляються концептуальним шаром.

Згідно з К. Поппером, є абсурдною віра у те, що ми можемо почати наукове дослідження з «чистих спостережень», не маючи «чогось схожого на теорію». Тому бодай якась концептуальна точка зору необхідна. А наївні спроби обійтися без неї можуть, на його думку,

тільки призвести до самообману і до некритичного використання якоїсь неусвідомленої точки зору. Навіть ретельно ретельно перевіряючи все досвідом людина сама, вважає Поппер, надихається ідеями: експеримент є планованою дією, кожен крок якого направляється теорією.

Отже, ми «робимо» наш досвід. Саме теоретик вказує шлях експериментатору, причому теорія панує над експериментальною роботою від її первісного плану і до її останніх штрихів у лабораторії. Відповідно, не може бути і «чистої мови спостережень», тому що всі мови «пронизані теоріями», а голі факти, узяті поза і крім концептуальних окулярів, не є основою теорії.

Теоретичний рівень наукового пізнання характеризується перевагою раціонального моменту – понять, теорій, законів та інших форм і «розумових операцій». Живе споглядання тут не усувається, а стає підлеглим (але дуже важливим) аспектом пізнавального процесу. Теоретичне пізнання відбиває явища і процеси з боку їхніх універсальних внутрішніх зв'язків і закономірностей, що досягаються за допомогою раціональної обробки даних емпіричного знання. Цю обробку здійснюють за допомогою систем абстракцій «вищого порядку» – поняття, умовивід, закон, категорії, принципи та ін.

На основі емпіричних даних тут відбувається уявне об'єднання досліджуваних об'єктів, розуміння їхньої сутності, «внутрішнього руху», законів їхнього існування, що складають основний зміст теорій – квінтесенції знання на цьому рівні. Найважливішим завданням теоретичного знання є досягти об'єктивної істини у всій її конкретності й повноті змісту. При цьому особливо широко використовують такі пізнавальні прийоми і засоби як: абстрагування – відволікання від деяких властивостей і відносин предметів, ідеалізація – процес створення чисто уявних предметів («крапка», «ідеальний газ» і т.д.), синтез – об'єднання отриманих у результаті аналізу елементів у систему, дедукція – рух пізнання від загального до частки, сходження від абстрактного до конкретного та ін. Присутність у пізнанні ідеалізації служить показником розвиненості теоретичного знання як набору визначених ідеальних моделей.

Характерною рисою теоретичного пізнання є його спрямованість на себе, внутрішньонаукова рефлексія, тобто дослідження самого процесу пізнання, його форм, прийомів, методів, понятійного апара-

ту і т. ін. На основі теоретичного пояснення і пізнаних законів відбувається пророкування, наукове передбачення майбутнього.

Емпіричний і теоретичний рівні пізнання взаємозалежні, межа між ними – умовна і рухлива. Емпіричне дослідження, виявляючи за допомогою спостережень і експериментів нові дані, стимулює теоретичне пізнання (яке їх узагальнює та пояснює), ставить перед ним нові складніші завдання. З іншого боку, теоретичне пізнання, розвиваючи і конкретизуючи на базі емпірії новий власний зміст, відкриває нові, ширші обрії для емпіричного пізнання, орієнтує і скеровує його в пошуках нових фактів, сприяє удосконалюванню його методів і засобів і т.д.

Наука як цілісна динамічна система знання не може успішно розвиватися, не збагачуючи новими емпіричними даними, не узагальнюючи їх у системі теоретичних засобів, форм і методів пізнання. У визначених крапках розвитку науки емпіричне переходить у теоретичне і навпаки. Однак неприпустимо абсолютизує один із цих рівнів на шкоду іншому.

Емпіризм зводить наукове знання як ціле до його емпіричного рівня, зовсім відкидаючи теоретичне знання. Схоластичне теоретизування ігнорує значення емпіричних даних, відкидає необхідність всебічного аналізу фактів як джерела й основи теоретичних побудов, відривається від реального життя. Його продуктом є ілюзорно-утопічні, догматичні побудови, наприклад, концепція про «введення комунізму в 1980 р.» або «теорія» розвинутого соціалізму.

## 1.7. Проблема – гіпотеза – теорія

Розглядаючи теоретичне пізнання як вищу і найбільш розвинену його форму, треба насамперед визначити його структурні компоненти. До основних належать проблема, гіпотеза і теорія, що водночас виступають як «вузлові моменти» побудови й розвитку знання на теоретичному його рівні.

Проблема – форма знання, змістом якої є те, що ще не пізнане людиною, але що потрібно пізнати. Інакше кажучи, це знання про незнання, питання, яке виникло в ході пізнання і вимагає відповіді. Проблема не є застиглою формою знання, а процесом, що передбачає два основних моменти (етапу руху пізнання) – її постановку і

рішення. Правильне виведення проблемного знання з попередніх фактів і узагальнень, вміння правильно поставити проблему – необхідна передумова її успішного рішення.

Як вважає К. Поппер, наука починається не зі спостережень, а саме з проблем, і її розвиток – це перехід від одних проблем до інших – від менш до більш глибоких. На його думку, проблеми виникають або як наслідок протиріччя в окремій теорії, або при зіткненні двох різних теорій, або в результаті зіткнення теорій зі спостереженнями.

Наукові проблеми варто відрізнити від ненаукових (псевдопроблем), наприклад, проблема створення вічного двигуна. Рішення якої-небудь конкретної проблеми є істотним моментом розвитку знання, у ході якого виникають нові проблеми, а також висуваються ті чи інші концептуальні ідеї, зокрема і гіпотези. Поряд з теоретичними існують і практичні проблеми.

Гіпотеза – форма знання, що містить припущення, сформульоване на основі певних фактів, істинне значення якого є невиразним і потребує доведення. Гіпотетичне знання має ймовірний, а не достовірний характер і вимагає перевірки, обґрунтування. У процесі обґрунтування висунутих гіпотез одні з них стають достовірною теорією, інші видозмінюються, уточнюються і конкретизуються, треті відкидаються, перетворюються в омани, якщо перевірка дає негативний результат. Висування нової гіпотези, як правило, спирається на результати перевірки старої, навіть у тому випадку, якщо ці результати були негативними.

Наприклад, квантова гіпотеза Планка після перевірки стала науковою теорією, а гіпотези про існування «теплорода», «флогістону», «ефіру» та ін., не знайшовши підтвердження, були спростовані, перейшли в омани. Стадію гіпотези пройшли і відкритий Д. І. Менделєєвим періодичний закон, і теорія Ч. Дарвіна й ін. Великою є роль гіпотез у сучасній астрофізиці, геології й інших науках, що оточені «лісом гіпотез».

Вирішальною перевіркою істинності гіпотези є практика у всіх своїх формах, але допоміжну роль у доведенні або спростуванні гіпотетичного знання має і логічний (теоретичний) критерій істини. Перевірена та доведена гіпотеза переходить у розряд достовірних істин, стає науковою теорією.

Теорія – найбільш розвинута форма наукового знання, що дає цілісне відображення закономірних і істотних зв'язків визначеної області дійсності. Прикладами цієї форми знання є класична механіка І. Ньютона, еволюційна теорія Ч. Дарвіна, теорія відносності А. Ейнштейна, синергетика.

Будь-яка теоретична система, як стверджував К. Поппер, має відповідати двом основним вимогам: несуперечності (тобто не порушувати відповідний закон формальної логіки) і фальсифікації (заперечення досвідченої експериментальної перевірки). Поппер порівнював теорію з мережами, призначеними вловлювати те, що ми називаємо реальним світом для усвідомлення, пояснення й оволодіння ним. По-перше, достовірна теорія має відповідати всім (а не деяким) реальним фактам, по-друге, наслідки теорії мають влаштовувати вимоги практики. Теорія, за К. Поппером, є інструментом, перевірка якого здійснюється в ході його застосування і про придатність якого судять за результатами таких застосувань.

Будь-яка теорія – це цілісна система достовірного знання, яке розвивається (зокрема й елементи омани), що має складну структуру і виконує низку функцій.

У сучасній методології науки виділяють такі основні елементи теорії:

1) вихідні підстави – фундаментальні поняття, принципи, закони, рівняння, аксіоми і т. ін.;

2) ідеалізований об'єкт – абстрактна модель істотних властивостей і зв'язків досліджуваних предметів (наприклад, «абсолютно чорне тіло», «ідельний газ» тощо);

3) логіка теорії, націлена на прояснення структури і зміни знання;

4) сукупність законів і тверджень, виведених з основоположень цієї теорії відповідно до визначених принципів. Ключовий елемент теорії – закон, тому її можна розглядати як систему законів, що виражають сутність досліджуваного об'єкта у всій його цілісності і конкретності.

Закон – зв'язок між існуючими явищами, процесами: об'єктивними, істотними, загальноконкретними, необхідними, внутрішніми, повторюваними, стійкими. Стабільність, інваріантність законів завжди співвідноситься з конкретними умовами їхньої дії, зміна

яких знімає таку інваріантність і породжує нову, що і означає зміну законів, їхнє поглиблення або розширення судження сфери їхньої дії, їхньої модифікації тощо. Тим самим будь-який закон є конкретно-історичним феноменом. Зі зміною відповідних умов, із розвитком практики і пізнання одні закони сходять зі сцени, інші з'являються, міняються форми дії законів, способи з використання і т. ін. Різноманіття видів реальних взаємозв'язків є об'єктивною основою існування багатьох форм (видів) законів, що класифікуються на тих чи інших підставах: фізичні, філологічні, закони мислення, загальні, частки тощо. Відкриття законів, наголошуємо ще раз, є головним завданням наукового пізнання.

Одне з важливих внутрішніх джерел розвитку теорії – протиріччя між її формальним і змістовним аспектами. Через останній у теорію входять визначені філософські установки дослідника, його методологічні принципи і світоглядні, «смісложиттєві» орієнтири. Ці чинники, як і соціально-історичні, політичні обставини, сильно впливають (позитивно або негативно) на процес формування теоретичного знання (особливо гуманітарного) і на розвиток науки загалом.

До основних функцій теорії можна зарахувати такі:

1. Синтетична функція – об'єднання окремих достовірних знань у єдину, цілісну систему.

2. Пояснювальна функція – виявлення причинових і інших залежностей, різноманіття зв'язків цього явища, істотних характеристик його походження і розвитку і т.д.

3. Методологічна функція – на базі теорії формулюються різноманітні методи, способи і прийоми дослідницької діяльності.

4. Пророкувальна функція – передбачення. На підставі теоретичних уявлень про поточний стан відомих явищ роблять висновки про існування невідомих раніше фактів або об'єктів, їхніх властивостей, зв'язків між явищами і т.д. Пророкування про майбутній стан явищ (на відміну від тих, котрі існують, але поки не виявлені) називають науковим передбаченням.

5. Практична функція. Кінцеве призначення будь-якої теорії – бути втіленою в практику, бути «керівництвом до дії» зі зміни реальної дійсності. Тому цілком справедливим є твердження, що немає нічого більш практичного, аніж гарна теорія. Але як з безлічі конкуруючих теорій вибрати гарну?

Як вважає К. Поппер, важливу роль при виборі теорії грає ступінь їхньої перевірки: що вищою вона є, то більше шансів вибрати надійну теорію. Так званий «критерій відносної прийнятності», згідно з Поппером, віддає перевагу тій теорії, що:

- 1) повідомляє найбільшу кількість інформації, тобто має глибший зміст;
- 2) є логічно більш строгою;
- 3) має більшу пояснювальну і пророкувальну силу;
- 4) може бути більш строго перевірена за допомогою порівняння фактів зі спостереженнями.

Іншими словами, резюмує К. Поппер, ми обираємо ту теорію, яка найкраще витримує конкуренцію з іншими теоріями і в процесі природного добору виявляється найбільш придатною до виживання.

## **1.8. Взаємодія наукової теорії і практики**

Теорія повинна не просто відбивати об'єктивну реальність, але і виявляти її тенденції, головні напрямки її розвитку від минулого до сьогодення, а потім і в майбутньому. Тому теорія не може бути незмінною, даною раз і назавжди, а має постійно розвиватися, поглиблюватися, удосконалюватися тощо, подавати дійсність у своєму змісті.

Тільки найбільш повна і високонаукова ґрунтова теорія (а не емпіричні, повсякденні знання) може бути посібником для відповідної форми практики. Лише на досить зрілому щаблі свого розвитку наука стає теоретичною основою практичної діяльності. Остання, у свою чергу, повинна досягти визначеного, досить високого рівня, щоб уможливити систематичне й економічно виправдане практичне застосування науки.

Важлива ознака розвинутої теорії – цілеспрямований систематичний аналіз складових її методів, законів, інших форм мислення з позиції їхньої форми (структури), змісту, його поглиблення, розвитку тощо. «Понятійна творчість» – атрибутивна характеристика зрілого теоретичного дослідження, так само, як і рефлексія, що поглиблюється, над його методологічними проблемами, вмиле оперування поняттями, методами, прийомами пізнання, його нормами і регулятивами.



Теорія (навіть найглибша і найбільш змістовна) сама нічого змінити не може. Для здійснення наукових ідей потрібні люди, які мають вжити практичної сили й енергія яких утілює теорію в реальну дійсність, опредметнює ті або інші наукові ідеї, реалізує їх у визначених матеріальних формах.

Практична діяльність людини, що опанувала теорію як план, програму останньої, і є опредметненням теоретичного знання. Під час цього процесу люди не тільки створюють те, чого природа сама не створювала, але і збагачують свої теоретичні знання, перевіряють і засвідчують їхню істинність.

Матеріалізація теорії в практиці має бути не одноразовим актом (із згасанням її в підсумку), а процесом, у ході якого замість уже реалізованих теоретичних положень з'являються нові, більш змістовні і розвинуті, котрі ставлять перед практикою складніші завдання, вимагають нових форм і умов свого опредметнення.

Успішна реалізація в практиці наукових знань забезпечується лише в тому випадку, коли люди, які беруться за практичні дії, переконані в істинності тих знань, що вони збираються застосувати в житті. Без перетворення ідеї в особисте переконання, віру людини неможливо успішно реалізувати на практиці теоретичні ідеї.

### Список використаних і рекомендованих джерел

1. Анохин П. К. Системогенез как общая закономерность эволюционного процесса / П. К. Анохин // Бюллетень экспериментальной биологии и медицины. – 1948. – Т. 26–2. – С. 81–99.

2. Высказывание [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_philosophy/Высказывание](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/Высказывание) (дата звернення: 12.04.14).

3. Діахронія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id\\_srch=9857cac126c4fd6b64e6bf81b076cd6&il=ru&p=1](http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id_srch=9857cac126c4fd6b64e6bf81b076cd6&il=ru&p=1) (дата звернення: 12.04.14).

4. Завдання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://znatok.ua/zavdannya> (дата звернення: 12.04.14).

5. Закон [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Закон\\_\(наука\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Закон_(наука)) (дата звернення: 12.04.14).

6. Засіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovoopedia.org.ua/41/53399/265238.html> (дата звернення: 12.04.14).
7. Естетика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Естетика> (дата звернення: 12.04.14).
8. Етап [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id\\_srch=87b971f5c986b50134f1a92e15c2c1c3&il=ru&p=1](http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id_srch=87b971f5c986b50134f1a92e15c2c1c3&il=ru&p=1) (дата звернення: 12.04.14).
9. Етика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Етика> (дата звернення: 12.04.14).
10. Ізоморфізм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Ізоморфізм> (дата звернення: 12.04.14).
11. Інформатика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Інформатика> (дата звернення: 12.04.14).
12. Логіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Логіка> (дата звернення: 12.04.14).
13. Методологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://znaimo.com.ua/Методологія> (дата звернення: 12.04.14).
14. Методологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Методологія> (дата звернення: 12.04.14).
15. Наукознавство [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Наукознавство> (дата звернення: 12.04.14).
16. Наукова теорія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Наукова\\_теорія](http://uk.wikipedia.org/wiki/Наукова_теорія) (дата звернення: 12.04.14).
17. Новиков А. М., Новиков Д. А. Предмет и структура методологии [Електронний ресурс] / А. М. Новиков, Д. А. Новиков. – Режим доступу : <http://www.methodolog.ru/method.htm> (дата звернення: 12.04.14).
18. Норма [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 12.04.14).
19. Пономаренко Л. Г. Принцип об'єктивності в журналістиці: сфера ідеального чи реального? / Л. Г. Пономаренко // Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації: український науковий журнал. – 2011. – № 1; також див. : [http://www.social-science.com.ua/публікація/401\\_](http://www.social-science.com.ua/публікація/401_)
20. Предмет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Предмет> (дата звернення: 12.04.14).

21. Предмет пізнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Предмет\\_пізнання](http://uk.wikipedia.org/wiki/Предмет_пізнання) (дата звернення: 12.04.14).
22. Принцип [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Принцип> (дата звернення: 12.04.14).
23. Принцип науковості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://readbookz.com/book/172/5448.html> (дата звернення: 12.04.14).
24. Психологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Психологія> (дата звернення: 12.04.14).
25. Результат [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua/29/53408/19383.html>">РЕЗУЛЬТАТ</a> (дата звернення: 12.04.14).
26. Синхронія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id\\_srch=d78ff69628463f6528e6c31c374150e8&il=ru&p=1](http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id_srch=d78ff69628463f6528e6c31c374150e8&il=ru&p=1) (дата звернення: 12.04.14).
27. Системний аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Системний\\_аналіз](http://ru.wikipedia.org/wiki/Системний_аналіз) (дата звернення: 12.04.14).
28. Системний підхід [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Системний\\_підхід](http://ru.wikipedia.org/wiki/Системний_підхід) (дата звернення: 12.04.14).
29. Системологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Системологія> (дата звернення: 12.04.14).
30. Спосіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vocable.ru/dictionary/418/word/sposob> (дата звернення: 12.04.14).
31. Спостереження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Спостереження> (дата звернення: 12.04.14).
32. Стадія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id\\_srch=efe035545ee027afc21b71c6664cbe60&il=ru&p=1](http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id_srch=efe035545ee027afc21b71c6664cbe60&il=ru&p=1) (дата звернення: 12.04.14).
33. Теорія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Теорія> (дата звернення: 12.04.14).
34. Теория [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Теория> (дата звернення: 12.04.14).
35. Теория [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://diplomant.com/useful/slovar> (дата звернення: 12.04.14).
36. Теорія систем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Теорія\\_систем](http://ru.wikipedia.org/wiki/Теорія_систем) (дата звернення: 12.04.14).
37. Технологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua/29/53410/21932.html> (дата звернення: 12.04.14).

38. Умова // Словник української мови: академічний тлумачний словник [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sum.in.ua/s/umova> (дата звернення: 12.04.14).

39. Філософія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Філософія> (дата звернення: 12.04.14).

40. Фаза [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rozum.org.ua/index.php?a=term&d=18&t=34506> (дата звернення: 12.04.14).

41. Форма [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Форма> (дата звернення: 12.04.14).

42. Форма [Електронний ресурс]. – Режим доступу : / [http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id\\_srch=c5146399869e51959f30a1f8e2fbaaeb&il=ru&p=1](http://rozum.org.ua/index.php?a=srch&d=18&id_srch=c5146399869e51959f30a1f8e2fbaaeb&il=ru&p=1) (дата звернення: 12.04.14).

43. Эпистема [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html> (дата звернення: 12.04.14).

### **Питання для самоперевірки**

1. Із яких двох позицій тлумачать методологію?
2. На які два види розгалужують методологію за структурою?
3. Що лежить в основі системного підходу?
4. Що називають узагальненою картиною світу в науці?
5. Чому логіка необхідна в методиці досліджень соціальних комунікацій?
6. На чому ґрунтується системологія?
7. Що вивчає наукознавство?
8. П'ять атрибутів формування методології.
9. У чому полягає суть принципу науковості?
10. Що є об'єктом пізнання?
11. Що називають предметом пізнання?
12. Як ви тлумачите такий елемент структури діяльності під час формування методології як засоби?
13. Для чого науковцю пам'ятати про методи аналізу під час формування методології?
14. Яке значення для формування методології дослідження має часовий проміжок?
15. Що слід називати емпіричним законом?
16. Чому, на думку Карла Поппера, жодна теорія не може вважатися константою?

17. Чому науку вважають складним суперечливим процесом відтворення знань?
18. Яку з ознак постнекласичної науки слід вважати істотною (для другої половини ХХ століття)?
19. Що вважається характерною рисою теоретичного пізнання?
20. Чому квантова гіпотеза Р. Планка стала науковою теорією?

### Навчальні завдання

1. Доведіть, що система не є простою сукупністю елементів.
2. Спростуйте тезу про те, що «етика й естетика є підґрунтям для формування методології».
3. Наведіть три приклади принципів, або тверджень, які приймаються як правдиві завжди і всюди там, де вони застосовані.
4. Визначте епістему науки ХХІ століття.
5. Доведіть, що для кожної історичної епохи система знань дає підґрунтя для утворення специфічної системи цінностей.
6. Визначте значення терміна «спосіб» і доведіть, що без способів неможливі методології.
7. Виведіть думку про необхідність врахування етапності процесів під час формування методології їх вивчення.
8. Визначте різницю між формальною і змістовою методологіями.
9. Сформулюйте дві гіпотези до будь-яких наукових явищ.
10. Наведіть приклад, у якому чітко проілюстровано думку про те, що «понятійна творчість» – атрибутивна характеристика зрілого теоретичного дослідження.

### Теми рефератів

1. Системний підхід до аналізу явищ природи – провідний метод діалектики.
2. Особливості, принципи, умови, норми діяльності предмета дослідження як атрибути формування методології.
3. Епістема, діахронія та синхронія: елементи методології.
4. Особливості значення термінів «предмет» і «об'єкт» для теорії методології досліджень соціальних комунікацій.
5. Технологія як основа для методології.

## **Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій**

1. Особливості вивчення соціальних комунікацій як соціального інжинірингу.
2. Концептуальні розбіжності у вивченні соціальних комунікацій.
3. Нооцентризм як підґрунтя для вивчення соціальних комунікацій.
4. Уявлення про методологію соціальних комунікацій у технократизмі: суть, структура, функції.
5. Вплив ідей технократизму на формування провідних теорій соціальних комунікацій.

## РОЗДІЛ 2 | ЗАГАЛЬНІ ТА ЗАГАЛЬНОНАУКОВІ МЕТОДИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ

### 2.1. Загальні методи

Для здійснення добросовісного дослідження в науковій галузі «Соціальні комунікації» та наукового пошуку в соціальних комунікаціях як соціального інжинірингу треба знати основні положення загальних наукових методів, а саме – діалектики і метафізики.

#### 2.1.1. Діалектичний метод

*Діалектичний метод* – це метод пошуку причиново-наслідкових зв'язків досліджуваних явищ з урахуванням законів, принципів і категорій постійного розвитку досліджуваного предмета, явища, процесу.

З метою детальнішого уявлення про діалектичний метод дослідження в соціальних комунікаціях необхідно розтлумачити закони, принципи і категорії діалектики.

*Принципи діалектики* (від лат. *principium* – начало, основа), на думку дослідників Л. В. Губерського, І. Ф. Надольного, В. П. Андрущенко, – це вихідна ідея, першоначало, яке лежить в основі певної сукупності фактів, теорії, науки або внутрішні переконання людини, ті практичні засади, котрими вона користується у своєму житті.

Принципи діалектики іноді називають законами.

Найважливішими трьома принципами діалектики слід вважати такі:

- 1) принцип матеріалістичного монізму;
- 2) принцип єдності діалектики буття і діалектики мислення;
- 3) принцип загального зв'язку і загального розвитку явищ у світі.

Розгляньмо значення кожного принципу детальніше.

*1. Принцип матеріалістичного монізму.*

Світ розглядають тільки з боку наявності у ньому одного (а не двох, трьох) світів. Це означає, що в нашому світі є тільки той світ, який довкола нас, є лише тільки ті речі, які ми вивчаємо і які бачимо або знаємо про їхнє існування. Не може бути потойбічного світу, або не існує світу у вигляді пекла, раю тощо. За принципом матеріалістичного монізму, усі речі у світі мають реальну матеріальну, а не духовну основу. Іншими словами, усі речі світу складаються з молекул і атомів та тих мікрочасток, які своєю чергою є основою молекул та атомів. Світ не утворив Бог або Абсолют, екзистенція тощо. Першою і первинною, згідно з принципом матеріалістичного монізму, є природа, а не Бог. Першим був досвід людини, а потім вже його ідея стосовно перетворення світу речей і явищ.

Отже, розглядаючи будь-який соціальний процес із позицій діалектики, фахівець із соціальних комунікацій зобов'язаний враховувати, що всі складники соціальних процесів і явищ базуються на уявленні одного єдиного світу, відсутності Господа або будь-якої іншої сили, окрім природи. В основу усіх процесів суспільства покладено людський досвід.

*2. Принцип єдності діалектики буття і діалектики мислення.*

Людина може пізнати світ, у якому вона живе. Людина здатна також мислити себе у цьому світі, бачити перспективу свого життя, розмірковувати про те, що вона – людина – має здатність розмірковувати, мислити. Тільки людині притаманна така здатність. Людина може адекватно відобразити світ речей, процесів, механізмів, явищ, які її оточують.

Дослідникові процесів соціальних комунікацій, який спирається на другий принцип діалектики, варто враховувати ідею пізнаності довколишнього світу.

*3. Принцип загального зв'язку і загального розвитку явищ у світі.*

Під час вивчення соціальних комунікацій із позицій діалектики як методу треба пам'ятати, що природі притаманний і постійний розвиток. Суспільство також перебуває у постійному розвитку. Мислення людини не зупиняється на досягненнях певної історичної епохи, воно розвивається органічно з епохою і природою розвитку психіки людини. За принципом загального розвитку і загального



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

розвитку явищ у світі стверджується, що розвиток людини відображає розвиток і глибину процесу руху матерії. Така глибина висловлюється у значенні термінів «саморух», «саморозвиток матерії».

У пізнанні останній – третій – принцип діалектики вимагає, щоб дослідження враховувало такі параметри:

- 1) об'єктивність;
- 2) наявність руху;
- 3) наявність розвитку;
- 4) фіксацію саморуху;
- 5) фіксацію саморозвитку.

Принцип загального розвитку і загального розвитку явищ у світі вимагає дослідження речей та процесів і явищ через дослідження суперечностей досліджуваних предметів, через розвиток таких суперечностей. Завдяки з'ясуванню суперечностей досліджуються внутрішні джерела руху і розвитку.

Фахівець із соціальних комунікацій має знати, що, окрім згаданих основних трьох принципів діалектики, виокремлюють і такі:

- 1) принцип причиновості;
- 2) принцип цілісності;
- 3) принцип системності;
- 4) принцип відображення;
- 5) принцип історизму;
- 6) принцип матеріальної єдності світу;
- 7) принцип первинності практики;
- 8) принцип невичерпності властивостей матерії.

### *Категорії діалектики*

Серед категорій діалектики називають такі, що допомагають з'ясувати сутність законів діалектики, а саме: 1) зв'язок, 2) взаємодія, 3) відношення, 4) кількість, 5) якість, 6) властивість, 7) міра, 8) стрибок, 9) відмінність, 10) тотожність, 11) суперечність, 12) протилежність, 13) антагонізм, 14) заперечення.

Категорії – це універсальні форми мислення, форми узагальнення реальності. У таких категоріях знаходять своє відображення загальні властивості, риси і відношення предметів об'єктивного світу. Усі категорії усвідомлюються людиною, тому важливим для їхнього існування є розвинене мислення.

Дослідники філософії Л. В. Губернський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко стверджують, що мислення – це процес відображення світу в поняттях, категоріях, судженнях, умовиводах, концепціях, теоріях.

Для конкретного розуміння категорій діалектики треба зважати на важливість процесів абстрагування, якими має володіти кожна людина.

Абстрагування – це розумовий процес відхилення від одних властивостей речей і концентрація уваги на інших.

Серед найпростіших актів пізнання можна виокремити, наприклад, акт абстрагування через розрізнення двох речей.

Серед категорій діалектики розрізняють також такі пари:

- 1) рух і розвиток;
- 2) розвиток і прогрес;
- 3) форма і зміст;
- 4) сутність та явище;
- 5) можливість і реальність;
- 6) елементи і структура;
- 7) одиничне і загальне;
- 8) причина та наслідки;
- 9) випадковість та необхідність.

Перелік категорій діалектики може бути продовжений.

Фахівець із соціальних комунікацій повинен знати суть категорій діалектики. З цією метою для прикладу подано аналіз декількох категорій діалектики. Оскільки категорії діалектики майже всі дихотомічні (передбачають протилежність), деякі з них проаналізуємо попарно.

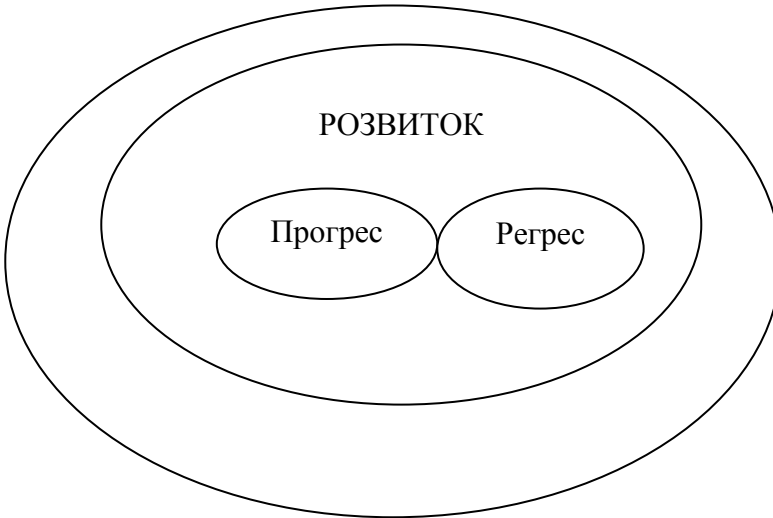
*Рух і розвиток.*

Рух – універсальний; це будь-яка взаємодія, зміна станів об'єктів, зміни, що викликані такими взаємодіями.

Розвиток – це особливий тип змін, які пов'язані з оновленням системи, з її внутрішніми структурами і функціональними змінами, перетвореннями у дещо нове, інше.

Розвиток – це процес довгих, щораз більших, незворотних, поступових змін складних системних об'єктів у достатньо великих інтервалах часу.

Схематично співвідношення понять «рух» і «розвиток» можна зобразити так:



*Рис. 9. Схема взаємозв'язку понять «прогрес», «регрес», «розвиток», «рух».*

Прогрес – тип розвитку складних систем, яким притаманний перехід від нижчих, менш досконалих форм, до більш високих і досконалих.

Прогрес – це розвиток вперед. Регрес – розвиток назад. Розвиток – це рух.

*Елементи і структура.*

Для усвідомлення дослідником соціальних комунікацій пари понять «елементи і структура» як категорій діалектики слід розібратися у тому, чим вони є та які складники мають. Серед таких у цій парі категорій виокремлюють традиційно: систему, елемент, структуру.

Система – упорядкована множина взаємопов'язаних елементів, які мають структуру й організацію.

Елемент – нерозкладний (для цієї системи) компонент (одиниця аналізу) складних предметів, явищ, процесів.

Елемент – це будь-які об'єкти, що пов'язані з іншими об'єктами у складний комплекс.

Структура – відносно стійкий спосіб (закон) зв'язку елементів того чи іншого складного цілого.

Система – не довільно обрана множина «предметів» і зв'язків між ними, а упорядкована певним чином цілісна структура, єдиний складний предмет.

Система може бути зрозумілою тільки у зіставленні зі середовищем, з її оточенням. Тому залежно від характеру відношень із середовищем розрізняють типи поведінки системи:

- реактивна поведінка (визначена середовищем);
- адаптивна поведінка (визначена середовищем і функцією саморегуляції, що властиві самій системі);
- активна поведінка (істотну роль грають власні цілі системи).

Найбільш високоорганізованою є система, що сама організується.

#### *Форма та зміст.*

Для вивчення соціальних комунікацій із позиції діалектики важливо знати, що різні види буття виражені формами. Ще Аристотель у давній філософії центральне місце віддавав категорії форми. За Аристотелем, «антиподом» форми була матерія. За Гегелем, зміст. Від часів Аристотеля форму вважають організуючим началом і чинником. Форма (Аристотель) – це активна сила, яка організує пасивну матерію.

Форму пов'язували з поняттям «визначеність» предмета. Категорії форми і змісту передбачалися у Гегеля для досягнення різнобічності буття. Гегель обґрунтував нерозривний зв'язок форми і змісту.

Чітких визначень форм і змісту немає.

Зміст – сукупність різних елементів та взаємодій між ними, що визначають основний їх тип, характер того чи іншого предмета, явища, процесу.

Форма – принцип упорядкованості, засіб існування того чи іншого змісту.

Зміст і форма – діалектичні поняття. Зміст оформлений, а форма – змістовна.

Співвідношення змісту і форми різнобічне.

При домінуванні змісту розвивається форма. Форма закріплює певний ступінь розвитку, нормалізує його.

Форма більш консервативна, ніж зміст. Форма невіддільна від предмета, вона більш чи менш самостійна.

*Сутність і явище.*

Фахівець із соціальних комунікацій, який ґрунтує дослідження на категоріях діалектики, осмислює глибинні рівні дійсності при використанні категорій «сутність» та «явище».

Явище і сутність – різні рівні об'єктивної реальності.

Сутність – внутрішня, глибинна, прихована, відносно стійка сторона того чи іншого предмета, явища, процесу, що визначає його природу, сукупність рис та інші характеристики.

Явище – це зовнішні, такі, що спостерігаються, зазвичай рухові, мінливі характеристики того чи іншого предмета, явища.

Явище і сутність – діалектично пов'язані протилежності. Вони не збігаються одна з одною. Іноді явище викривлює сутність і виходить лише видимість. Якщо б явище і сутність не були пов'язаними між собою, пізнання сутності речей було б нереальним і неможливим.

Сутність виявляє себе у явищі, а явище є проявом сутності.

Сутність розуміється через явище. Сутність і явище – гнучкі поняття, відносні. Сутність не передбачає фіксованого рівня реальності чи предмета пізнання. Людське пізнання рухається від явищ до сутності, заглиблюючись при цьому від сутності першого порядку до сутності другого порядку і так далі.

Явище і сутність – це поняття, що вказують на напрямок, на шлях вічного, безмежного заглиблення людських знань.

У конкретному вигляді процес розуміння сутності проявляється у пізнанні структури, цілісності, причин предмета, законів його формування, функціонування.

*Можливість і дійсність.*

Вивчаючи явища соціальних комунікацій, важливо знати, що можливість – це передумова виникнення того чи іншого явища, процесу, його потенційного існування.

Можливість і дійсність – це два послідовних ступені розвитку явища, його руху від причини до наслідку, два етапи формування причинових відношень у природі, суспільстві і мисленні.

Можливість перетворюється у дійсність і тут реалізуються необхідні та випадкові причиново-наслідкові зв'язки. Дійсність втілює у собі різнобічні можливості.

Можливість і дійсність – це дві необхідні стадії будь-якого предмета, явища.

Дійсність – це те, що вже виникло, існує.

Можливість і дійсність взаємопов'язані.

Дійсністю може зробитися те, що є в предметі, як у можливості.

Розвиток – це безмежний процес зародку можливостей та їх перевтілення у дійсність. Сама дійсність – це те, що змінюється, розвивається.

У кожному предметі закладено багато можливостей, одна з яких реалізується.

Перевтілення можливості у дійсність – це процес розвитку.

Можливості розподіляються на:

- 1) формальні;
- 2) абстрактні;
- 3) реальні.

Формальну можливість розглядають безвідносно до об'єктивних умов існування предмета. Вона повинна бути логічно не суперечливою.

Абстрактна можливість – відповідає об'єктивним законам, але для її здійснення немає усіх необхідних умов.

Для здійснення реальної можливості потрібні всі умови.

Ступінь розвиненості можливості – це показник її близькості до дійсності. Він виражається поняттям «вірогідність».

*Одиничне і загальне*

Для розуміння дослідником соціальних комунікацій категорій «одиничне» і «загальне» слід усвідомити визначення і значення кожної.

Одиничне характеризує окремих предмет, явище, процес, які відрізняються за своїми просторовими, часовими та іншими властивостями від інших предметів, явищ, процесів.

Загальне – об'єктивно існуюча схожість характеристик одиничних предметів, їхня однотиповість у деяких предметів, приналежність до однієї і тієї ж групи явищ чи єдиної системи зв'язків.

Зв'язок одиничного і загального має всеохопний характер.

Загальне подано не конкретними просторово-часовими предметами як одиничне, а рисами їхньої схожості, подібності.

Стосовно категорій «одиничне» та «загальне» вже давно тривають суперечки, їх вели між собою ще номіналісти та реалісти.

Номіналісти вважали, що існує тільки одиничне, а загального немає, воно існує тільки на словах. Реалісти наполягали на тому, що загальне більш реальне, ніж одиничне.

Одиничне і загальне діалектично пов'язані. В одиничному завжди присутнє загальне. Діалектика одиничного і загального виражена у мові, якій властиво узагальнювати. Мова має механізми індивідуалізації предметів, подій. Для цього є імена власні.

Своєрідність і схожість предметів може коливатися у діапазоні «індивідуальне неповторне – типове». Яскравий прояв індивідуального – в унікальному. Протилежність індивідуальному – типове. Межевий випадок типізації – стандартизація.

### **2.1.2. Методи альтернатив діалектики**

Вивчення соціальних комунікацій можливе й з позицій інших методів, що не пов'язані з діалектикою. Такими методами послуговуються дослідники так званих альтернативних напрямків, серед яких:

- 1) метафізика (Аристотель, А. Родоський, Г. Гегель);
- 2) негативна діалектика (Т. Адорно, Ж.-П. Сартр);
- 3) софістика та еклектика;
- 4) догматизм і релятивізм.

Кожен із напрямів пізнання навколишнього світу передбачає власні методи, які іноді не складають стрункої системи.

*Метафізика* – вчення про надчуттєві, недоступні досвідові принципи і начала буття (існування світу).

Метафізику ще називають синонімом філософії, а у переносному значенні – щось абстрактне, малозрозуміле, умопозірне; метафізика – наука про з'ясування світоглядних питань (сенс життя, основне питання філософії), які не піддаються осягненню за допомогою методів конкретних наук; метафізика – це концепція розвитку, метод пізнання, альтернативний діалектиці.

Термін у значенні «антидіалектика» запропонував Гегель. Але ще Андронік Родоський (I ст. до н. е.), класифікуючи категорії Аристотеля, увів термін «метафізика» у науковий обіг. Тоді, у давнину, метафізика означала «те, що йде після фізики, тобто – після природи».

Нині, на думку авторів сайту «Методологія наукового пізнання», поняття «метафізика» має три основних значення.

Перше значення терміна «метафізика»: філософія – це наука про загальне, вихідним прообразом якої є і було вчення Аристотеля про «перші роди існуючого». У цьому значенні, наприклад, вживав поняття «метафізика» великий німецький філософ ХХ століття М. Хайдеггер, що розглядав її як рід пізнання, що має предметом все, що існує. Автори сайту вважають, що її основні категорії – це граничні поняття, що охоплюють одночасно й об'єкт, і суб'єкт пізнання.

Друге значення терміна «метафізика», на думку дослідників, полягає в тому, що метафізику називають особливою філософською наукою – онтологією або вченням про буття як таке, незалежно від його приватних видів і у відволіканні від питань теорії, і логіки пізнання. У такому значенні термін «метафізика» вживався і в минулому (Декарт, Лейбніц, Спіноза та ін.), і нині – особливо в сучасній західній філософії.

Третє значення терміна «метафізика» полягає у визнанні її як філософського способу пізнання (мислення) і дії, що протистоять діалектичному методу як своєму антиподу. Автори згаданого сайту вважають, що характерною, істотною рисою метафізики є односторонність, абсолютизація однієї (байдуже якої саме) сторони живого процесу пізнання. Іншими словами, абсолютизується той чи інший елемент цілого, певний момент діяльності в будь-якій її формі.

Дослідникові соціальних комунікацій необхідно знати, що метафізика (як і діалектика) постійно змінювалися. Метафізика виступала в різних історичних формах, серед яких варто виокремити такі дві провідні: стара метафізика і нова.

Стара метафізика, як вважають дослідники, була характерною для філософії і науки XVII–XIX століть. На той час учені виокремлювали метафізичний матеріалізм, натурфілософію, філософію історії тощо. Специфіка старої метафізики полягала в запереченні загального зв'язку і розвитку, відсутність цілісного системного погляду на світ. Не була бажаною форма мислення за альтернативним принципом. Провідними в науці стали переконання про те, що все у світі є завершеним, статичним, закінченим.

Дослідник соціальних комунікацій повинен знати, що «старо-метафізичний» спосіб мислення спирався на об'єктивну основу своєї



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

---

появи. Такою була необхідність пояснення подробиць, окремих елементів (сторін) цілого, для чого ці сторони мають бути «вирвані» (думкою, звичайно) з цілого і розглянуті в ізоляції від інших сторін, поза зв'язком із ними і поза розвитком. Автори сайту «Методи наукового пізнання» зазначають, що такий спосіб у старометафізичній методології вважали правомірним і необхідним у життєвих справах. Його сприймали на рівні здорового глузду і розуму – скрізь, де не потрібно брати предмет у розвитку і у всіх його зв'язках та відношеннях. Тому, резюмують автори, «велике історичне виправдання» такої форми метафізики зумовлено необхідністю дослідження предметів і їхньої незмінності, стійкості. Таке бачення дозволяло пізніше перейти до систематичного пізнання змін, що відбуваються з предметами вивчення, до аналізу їх як цілісних систем, які розвиваються, до виявлення джерел і механізмів їхнього розвитку. Дослідники вважають, що зміцнення ідеї розвитку на стику ХІХ–ХХ століть «під напором фактів» і її значне поширення, що відбувалося в гострій боротьбі зі «старою» метафізикою, привело до двох важливих результатів: з'явилася нова, важлива форма діалектичного мислення – матеріалістична діалектика; виникла нова метафізика, що від ХХ століття стала панівною.

Науковцю, який прагне з'ясувати причиново-наслідкові зв'язки досліджуваних явищ і процесів у суспільстві, варто знати, що нова метафізика не відкидає ані загального зв'язку явищ, ані їхнього розвитку. Особливість антидіалектики в новій формі – зосередження її зусиль на пошуках різних варіантів тлумачення, інтерпретації розвитку.

Нині метафізику (нова метафізика), або антидіалектику розуміють, на думку авторів сайту «Методи наукового пізнання», декількома такими способами:

а) антидіалектика – це простий, загальний і вічний ріст, збільшення, або навпаки, зменшення (так званий «плаский еволюціонізм»), тобто як суто кількісні зміни;

б) антидіалектика є тільки якісними змінами, ланцюгом суцільних стрибків («катастрофізм»);

в) антидіалектику трактують як повторення, монотонний процес, який має строго лінійну спрямованість («розвиток по прямій лінії»);

г) антидіалектику слід вважати вічним рухом по колу, без виникнення нового (концепції «колооберту»);

г) антидіалектика характеризується рухом, із якого вилучається його сутність – протиріччя;

д) антидіалектика втілює в собі прогрес, тобто сходження від нижчого до вищого, від простого до складного.

Дослідники нової метафізики (антидіалектики) вважають, що можливі й інші – зокрема і змішані – інтерпретації розвитку, зв'язки і взаємодії.

Науковці пропонують враховувати те, що види метафізики можуть бути виділені за різними критеріями. Наприклад, метафізичним, антидіалектичним може бути і метод пізнання, і спосіб практичної діяльності – бюрократизм, консерватизм, волюнтаризм тощо – будь-які однобічні дії.

Слід знати, що метафізичний спосіб пізнання містить у собі достатню кількість різновидів, які виникають у результаті абсолютизації окремих моментів, форм, етапів тощо пізнавального процесу. До таких слід віднести ідеалізм, сенсуалізм, раціоналізм, емпіризм, догматизм, релятивізм.

Вивчаючи процеси і явища соціальних комунікацій, варто не тільки врахувати особливості методів антидіалектики, Але й чітко визначити методологічне підґрунтя дослідження, аби уникнути розмитості й нечіткості у виборі інструментарію наукового аналізу.

Дослідникові соціальних комунікацій слід знати основні положення методології негативної діалектики.

*Негативна діалектика* – це діалектика, у якій висвітлюються перш за все критичні боки діалектики, не позитивні, а негативні. Дослідники Л. В. Губернський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко вважають негативну діалектику однобічною, суб'єктивістською концепцією, яка «виходить з абсолютизації заперечення, всезагальної руйнації всього сутнього, тотального критицизму, відкидання будь-якої позитивності, самозаперечування, і тому не виходить за межі метафізики».

Основними положеннями і принципами негативної діалектики є:

1) однобічність, негативність; визнання лише одного боку діалектики як сучасної теорії розвитку і методу пізнання;

2) те, що воно стосується тільки свідомості, не має об'єктивного значення;

3) суб'єктом, здійснювачем, «реалізатором» може бути тільки Я, свідомість;

4) «заперечення заперечення» подано як таке, що не може ніколи перейти у позитивність (Г. Адорно);

5) тотальний критицизм, тобто критика всього сутнього у світі;

6) «нетотожність» є запереченням.

До альтернатив діалектики відносять софістику й еклектику.

*Софістика* (з гр. – міркування, засноване на навмисному порушенні законів логіки) – ґрунтується на неправильному виборі вихідних положень, на абсолютизації того чи іншого визначення, на змішуванні суттєвого з несуттєвим, на хибних доведеннях (софізмах), на свавільному вип'ячуванні другорядних властивостей предмету; на використанні різних значень одного і того ж слова.

*Еклектика* (з гр. – вибираю) – це алогічна концепція, що ґрунтується на свавільному виборі координат; на випадковому поєднанні різних сторін речей; на ігноруванні їхніх суттєвих відмінностей; на суб'єктивістському поєднанні елементів, положень різних учень, концепцій, шкіл, поглядів.

Альтернативами діалектики є напрями догматизм і релятивізм, які передбачають власні методи досліджень.

*Догматизм* (з гр. – положення, що сприймаються на віру, без доведення) – антиісторичний, абстрактний спосіб розгляду теоретичних і практичних проблем, коли при вирішенні їх не враховуються ані обставини місця, ані обставини часу. Догматизм – це консервативне мислення, закостенілість людської думки, засліпленість, нездатність до саморуху.

*Релятивізм* (з гр. – релятивний, відносний) – теоретично-пізнавальна концепція, котра ґрунтується на однобічному з'ясуванні суті істини, перебільшення моменту її відносності, тобто інтерпретації результатів процесу пізнання.

Отже, не всі нинішні дослідники соціальних комунікацій погоджуються з положеннями діалектики. Велика кількість мислителів бачила і бачить світ інакше. Таке положення речей слід приймати як даність, варто бути толерантним.

## Список використаних і рекомендованих джерел

1. Гегель Г. В. Наука логіки : у 3-х т. / Г. В. Гегель. – Т. 1. – М., 1970. – С. 123–256.

2. Діденко В. Ф. Філософія: проблеми, категорії, теорії : навч. посіб. / В. Ф. Діденко. – К. : Педагогіка, 1996. – С. 34–35.

3. Словарь иностранных слов. – 19-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 83.

4. Філософія : навч. посіб. / Л. В. Губерський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко та ін. ; [за ред. І. Ф. Надольного]. – 3-тє вид., стер. – К. : Вікар, 2002.

5. Энциклопедия философских наук : у 3-х т. / Г. В. Гегель. – Т. 1. – М., 1970. – С. 107–263.

## 2.2. Загальнонаукові методи

### 2.2.1. Аналіз

Дослідження соціальних комунікацій не може здійснюватися без аналізу як одного з провідних методів пошуку причиново-наслідкових зв'язків.

*Аналізом* автори «Словника іношомовних слів» називають метод, що передбачає мисленнєве або фактичне розчленування цілого на складники. Наприклад, досліджуючи лексичну сугестію (навіювання) публіцистики друкованих ЗМІ України дискурсу політичного протистояння 2004–2006 років, науковець звертається до аналізу публіцистики друкованих ЗМІ України. Причому здійснюється аналіз тільки тих українських друкованих ЗМІ, які відбивають дискурс політичного протистояння саме в період від 2004 року до 2006 року. Оскільки, маючи на увазі метод аналізу, слід говорити про розчленування цілого на складники, дослідникові необхідно за ціле прийняти дискурс політичного протистояння, який складається, наприклад, у журналістиці з публіцистичних творів. Отже, цілим слід вважати публіцистичні твори українських авторів (ціле) у період від 2004 року до 2006 року. Дослідник виокремлює із згаданого цілого його частки – твори конкретних публіцистів (складники цілого) І. Бокія, Б. Олійника, Д. Дуцик, В. Якімова, О. Черевка, О. Маначинського, В. Цвіла, В. Волкова, Л. Степко, П. Яреська, І. Фаріон, В. Лиса. Разом із тим, дослідникові необхідно виокремити певні конкретні українські друковані ЗМІ (ціле), де друкувалися публіцистичні твори згаданих авторів. Серед таких ЗМІ науковець звертається до складників цілого, а саме до газет: «Сільські вісті», «Вечірні вісті», «Без цензури», «Комуніст», «Товариш», «Наша газета», «Наша газета+», «Україна і світ сьогодні», «Жінки за майбутнє», «Високий Замок», «Кримська світлиця», «Донеччина», «Волинь».

Отже, наведений приклад розчленування цілого на його складові ілюструє застосування методу аналізу в соціальних комунікаціях.

### **2.2.2. Синтез**

Метод синтезу в соціальних комунікаціях передбачає пізнання досліджуваного предмета як єдиного цілого, що є результатом взаємозв'язку між складовими такого предмета. Синтез пов'язаний з аналізом.

Коли, наприклад, науковець вивчає соціально-комунікаційний аспект тижневика «Освіта» як чинника християнського виховання молоді у період від 1992 року до 2005 року, він звертається до методу синтезу. Це відбувається шляхом пошуку взаємозв'язку між складниками (185 публікацій на релігійну проблематику) цілого (щотижневик «Освіта» за період від 1992 року до 2005 року). Зв'язок між складниками цілого виявився у тому, що ідеологічною основою, як повідомляє дослідник В. В. Перехейда, матеріалів на релігійну тематику, опублікованих в тижневику «Освіта» (1992–2005 роки), є «цінність християнського вчення для формування ментальних моделей молодого громадянина України – патріота, духовно розвинутої особистості».

В іншому прикладі дослідник А. П. Захарченко вивчав виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації. Науковець також звертався до методу синтезу, коли описував результати дослідження наукових, публіцистичних та літературно-критичних праць, що присвячені медіа-мистецтвам, як показників еволюції їх суспільної оцінки. Складниками дослідник вважав наукові, публіцистичні та літературно-критичні праці, що присвячені медіа-мистецтвам. Науковець довів, що згадані складники взаємопов'язані між собою, що дозволяє розглядати їх як ціле, а саме як медіа-мистецтво.

Отже, синтез як науковий метод є незмінним супутником добросовісного дослідника.

### **2.2.3. Абстрагування**

Під час дослідження соціальних комунікацій науковці послуговуються методом абстрагування, сутність якого полягає в мисленневому відволіканні від певних властивостей предмета вивчення і

відношень між такими властивостями з метою виокремлення ознак, що розкривають його суть.

Прикладом застосування методу абстрагування в дослідженнях соціальних комунікацій може бути вивчення науковцем В. В. Золяк функціональних характеристик контентної конвергенції засобів масової комунікації (ЗМК). Авторка називає контентною конвергенцією змістове наближення (злиття) ЗМК між собою. Досліджуючи аудиторію ЗМК як об'єкт контентної конвергенції, науковець у її межах перераховує три чинники контентного повідомленнєвого набору: 1) оперативність, 2) збалансованість, 3) відповідальний підхід до подавання повідомлень конвергенції ЗМК. Окрім згаданих трьох чинників варто назвати ще декілька таких, наприклад, як: сенсаційність, достовірність, соціальна актуальність, соціальна відповідальність тощо. Але Золяк В. В. не бере до уваги інші чинники, оскільки зосереджує свою дослідницьку увагу на трьох істотних властивостях предмета вивчення. Автор абстрагується від другорядних, на її погляд, чинниках, властивостях, що дозволяє їй підійти до головних характеристик предмета дослідження і виявити його суть.

В іншому прикладі дослідниця Л. Ф. Компанцева вивчає комунікаційні стратегії і тактики інтернету, які використовувала Росія та Україна в газовій інформаційній війні 2009 року. Дослідниця, абстрагуючись від великої кількості комунікаційних інформаційних технологій, перераховує тільки ті, що характеризують саму суть російсько-української інформаційної війни в газовій галузі 2009 року. Серед таких технологій Л. Ф. Компанцева називає: міфологізування суспільної думки (міфологізація суб'єкт-суб'єктних стосунків; актуалізація опозицій свій/чужий, винуватець конфлікту/постраждалий від нього); агресивні комунікаційні технології; концептуалізація поняття «брехня» як стан суспільно-політичних відносин; закріплення власного іміджу в геополітичному просторі тощо. Поза увагою дослідниці цілеспрямовано залишилися такі комунікаційні технології, які характеризують наявність інформаційної війни між Україною та Росією в газових питаннях 2009 року: негативізації політиків, що ведуть переговори з газових питань; умовчання в російських ЗМІ тих позитивних сторін угоди, які покращують стосунки між Росією та Україною (і навпаки, замовчування в українських ЗМІ позитивів угоди, які покращують взаємини між Україною і Росією).

Неназивання, замовчування Л. Ф. Компанцевою всіх можливих комунікаційних технологій у газовій інформаційній російсько-українській війні 2009 року, зроблено цілеспрямовано, для виокремлення тільки тих технологій, які дали змогу чітко ідентифікувати стан інформаційної війни в ЗМІ між Україною і Росією.

Отже, метод абстрагування є достатньо поширеним, хоча і непомітним для дослідника у науковій практиці.

#### ***2.2.4. Узагальнення***

Узагальненням називають метод, що передбачає прийом мислення, у результаті якого встановлюють загальні властивості й ознаки об'єктів. Операція узагальнення здійснюється як перехід від часткового поняття або думки до загального поняття або думки.

Наприклад, дослідниця С. Зінько, вивчаючи роль новітніх медіа в акціях протесту на Близькому Сході у період 2008–2010 років, висловлює часткову думку про ряд дій у соціальних мережах, які здійснювали протестувальники. Серед таких дій були: поширення завдяки Twitter і YouTube новин про молодіжні хвилювання; створення тегів, які допомагали зайти на будь-який блог молодої людини і дізнатися про останні гарячі протестні події. Дії протестувальників на Близькому Сході відзначалися в соціальних мережах створенням спеціальних статей у Wikipedia, які розповідали майже в онлайн-режимі інформацію про зміни настроїв протестувальників. Мобілізаційну роль виконувала також трискладова взаємодія старих і нових медіа. Суть такої трискладової схеми передачі інформації, за описом С. Зінько, полягала в тому, що «активісти агрегували контент, включно з фото- і відеоматеріалом на Facebook-сторінки». Такий контент переносився на Twitter і, нарешті, сателітарні мережі на кшталт «Аль-Джазіра» «використовували згенерований соціальними мережами матеріал для власних трансляцій». Узагальнюючи часткові думки про роль соціальних мереж під час подій на Близькому Сході в період від 2008 до 2010 років, С. Зінько робить висновок про необхідність активізації «переходу» політиків і бізнесменів Близького Сходу до взаємодії в інтернеті, зокрема в соціальних мережах.

Прагнучи встановити загальні властивості й ознаки досліджуваних соціальних явищ, С. Зінько здійснила перехід від часткових понять («поширення завдяки Twitter і YouTube новин про молодіжні хвилювання», «створення тегів, які допомагали зайти на будь-який

блог молодої людини і дізнатися про останні гарячі протестні події», «створення спеціальних статей у Wikipedia», «трискладова взаємодія старих і нових медіа») до загального поняття («необхідність активізації «переходу» політиків і бізнесменів Близького Сходу до взаємодії в інтернет-мережі, зокрема в соціальних мережах»).

Отже, узагальнення як метод традиційно використовують дослідники під час вивчення соціальних явищ і процесів.

## **Список використаних та рекомендованих джерел**

1. Анализ // Словарь иностранных слов. – 19-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 36.

2. *Захарченко А. П.* Виникнення та розвиток медіа-мистецтв у системі масової комунікації : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій / Артем Петрович Захарченко. – К., 2008. – С. 6.

3. *Зінько С.* Роль новітніх медіа в акціях протесту на Близькому Сході / С. Зінько // З. С. (Зовнішні справи). – 2011. – № 3. – С. 20–25.

4. *Золяк В. В.* Функціональні характеристики контентної конвергенції засобів масової комунікації : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спец. 27.00.01 / Вікторія Василівна Золяк. – К., 2009. – С. 9.

5. *Компанцева Л. Ф.* Над пропастью во лжи: война пиаров в «секторе без газа» / Л. Ф. Компанцева // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – Сер. Филология. Социальные коммуникации. – Т. 22(61). – № 2. – 641–644.

6. *Перехейда В. В.* Тижневик «Освіта» як чинник християнського виховання молоді: соціально-комунікаційний аспект (1992–2005) : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спец. 27.00.01 / Артем Петрович Захарченко. – К., 2008. – С. 7–8.

### **2.2.5. Індукція**

У соціально-комунікаційних дослідженнях активно використовують метод індукції як науковий метод, суть якого полягає у виведенні загального положення із спостереження ряду часткових одиничних фактів. Метод індукції не є оригінальним методом соці-



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

---

альних комунікацій. Він запозичений із логіки, де індукцією називають умовиводи, які ґрунтуються на русі думки від одиничних фактів до їх узагальнення.

Термін «індукція» перекладають з латини (*inductio*) як «наведення», тобто – «наведення на думку», наближення до істини.

Індукцію не можна вважати основним засобом мислення, але велика кількість відкриттів, законів та закономірностей якраз і були винайдені через індукцію. Індукція часто свідчила про досить поспішне узагальнення, тому індукцію вважають ненадійним засобом умовиводу.

Щоб довести ненадійність висновку з індуктивного умовиводу, звернімося до прикладу.

*Приклад.*

*1. Два дні тому, учора і сьогодні в ранкових новинах повідомляли про відставку голови Верховної Ради України.*

*2. Завтра в новинах також будуть обговорювати цю тему.*

*3. Оскільки вчора і сьогодні в ранкових новинах повідомляли про відставку голови Верховної Ради України та завтра будуть обговорювати цю новину, значить, у ранкових новинах згадану тему будуть обговорювати завжди.*

Спростувати такий індуктивний умовивід досить просто, згадавши про те, що вчора зранку телеканали в новинах повідомили про терористичний акт у Лівані, про останній день реєстрації кандидатів у депутати Верховної Ради України, про успішний виступ на пісенному фестивалі в Юрмалі української дебютантки Марії Яремчук. Нині в ранковому випуску теленовин повідомляли і про трагедію на польських автошляхах, і про початок виборчої кампанії, і про те, що голова Верховної Ради подав у відставку, і про закриття пісенного фестивалю в Юрмалі тощо. Завтра будуть повідомляти, наприклад, про те, що від буревію постраждали десятки населених пунктів Західної України, про те, що на позачерговій сесії парламенту України депутати не підтримали відставку голови Верховної Ради України, про початок Олімпійських ігор у Лондоні. Отже, не є достовірним і точним фактом те, що про відставку голови Верховної Ради України у ранковому телеєфірі будуть повідомляти завжди. Отже, у наведеному прикладі є помилка. Звідси дослідник соціальних комунікацій повинен зробити висновок про те, що індуктивний

умовивід неточний, імовірнісний. Його висновок слід ретельно перевіряти іншими логічними засобами. Індукція як метод в соціальних комунікаціях не може гарантувати високого ступеня достовірності результатів дослідження.

Залежно від повноти і закінченості емпіричного дослідження розрізняють декілька видів індукції (див. схему на рис. 10 далі): повну, неповну і наукову.

Повна індукція у свою чергу поділена на емпіричну та математичну,

Неповна індукція не має розподілу, а наукова індукція диференціюється на селекцію (індукція завдяки відбору) та елімінацію (індукція завдяки виключенню).

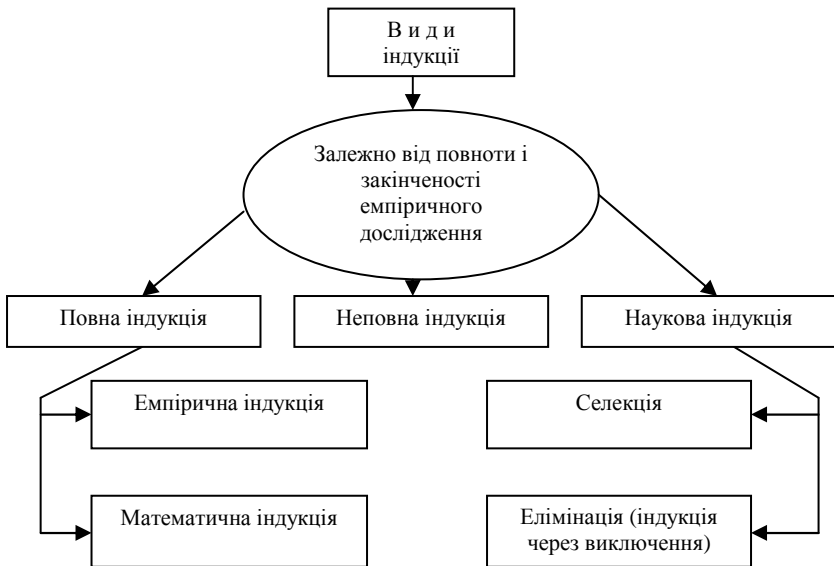


Рис. 10. Види індукції

### Повна індукція

У соціальних комунікаціях використовують метод повної індукції досить часто. Науковець прагне детально описати всі ті елементи класу досліджуваних предметів, які він знайшов. *Повна індукція* – це формулювання висновку на основі дослідження всіх елементів класу предметів, про які йдеться в умовиводі.

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

Але основною проблемою у такому випадку є те, що винайде-них предметів дослідження може бути забагато для наукової роботи (наприклад, 125 або 10 345). Ще 125 предметів дослідження можна описати в науковій роботі. Але 10 345 предметів дослідження в межах однієї наукової роботи описати важко (і непотрібно). Отже, використовувати такий вид індукції можна лише тоді, коли йдеться про обмежений клас предметів. З метою ілюстрації залучення методу повної індукції варто навести стислий приклад.

### *Приклад*

*У чотирьох щотижневиках, зокрема в «Кореспонденті», нараховується у середньому за 2013 рік 23 рубрики.*

*У чотирьох щотижневиках, зокрема в «Главреді», нараховується у середньому за 2013 рік 21 рубрика.*

*У чотирьох щотижневиках, зокрема в «Бізнесі», нараховується у середньому за 2013 рік 22 рубрики.*

*У чотирьох щотижневиках, зокрема в «Біографіях», нараховується у середньому за 2013 рік 25 рубрик.*

*Щотижневики «Кореспондент», «Главред», «Бізнес» та «Біографії» виходять в Україні.*

*Отже, перелічені чотири щотижневики, що видаються в Україні, мають від 21 до 25 рубрик.*

Повну індукцію умовно поділяють на два підвиди: 1) емпіричну індукцію і 2) математичну індукцію. У соціальних комунікаціях дослідники, на жаль, погано розподіляють їх, використовуючи їхній потенціал. Саме тому необхідно уточнити визначення і загострити на цьому увагу.

*Емпірична індукція* – це умовивід, який ґрунтується на безпосередньому (практичному, за допомогою досвіду) дослідженню елементів невеликої кількості, яку можна зареєструвати.

Наведений раніше приклад можна віднести до прикладу емпіричної індукції, тому що неважко перевірити всі згадані щотижневики, щоб підтвердити висновок.

Формулу емпіричної індукції ми можемо виразити так:

- 1. Усіх предметів за кількістю число  $N$ : предмет  $S_1$  має ознаку  $P$ .*
- 2. Предмет  $S_2$  має ознаку  $P$ .*
- 3. Предмет  $S_n$  має ознаку  $P$ .*
- 4. Предмети  $S_1, S_2, \dots, S_n$  є предметами класу  $K$ , до якого не входить більше жоден предмет.*

**5. Отже, всі предмети класу К, до якого входять предмети за кількістю N, мають ознаку Р.**

Наприклад, для вступу до магістратури випускникові бакалавратури необхідно мати 8 документів для приймальної комісії вишу. При зверненні до методу емпіричної індукції перераховуються всі вісім документів і після цього робиться висновок про те, що всі вісім документів готові до передавання у приймальну комісію вишу.

У дослідженнях соціальних комунікацій використовують і *математичну індукцію*, яку визначають як метод, що ґрунтується на дослідженні формальної можливості застосування загального положення у кожному з окремих випадків.

І математичний, і емпіричний вид повної індукції використовують для отримання нового знання про клас предметів. Знання про клас предметів є не простим підсумовуванням, це – узагальнення, що стосується не одиничного предмета, а класу.

Під час вивчення явищ і процесів соціальних комунікацій повну індукцію використовують в умовиводах при доказовому міркуванні.

**Неповна індукція**

На відміну від повної *неповна індукція* є методом, що звернений до умовиводу, у якому висновок ґрунтується на основі дослідження тільки частини елементів класу, про який йдеться у висновку.

*Приклад:*

*Серед тих видань, що продаються в газетних кіосках Києва, є щотижневик «Корреспондент», у якому нараховується у середньому за 2013 рік 23 рубрики.*

*Серед тих видань, що продаються в газетних кіосках Києва, є щотижневик «Главред», у якому нараховується у середньому за 2013 рік 21 рубрика.*

*Серед тих видань, що продаються в газетних кіосках Києва, є щотижневик «Бізнес», у якому нараховується у середньому за 2013 рік 22 рубрики.*

*Серед тих видань, що продаються в газетних кіосках Києва, є щотижневик «Біографії», у якому нараховується у середньому за 2013 рік 25 рубрик.*

*Щотижневики «Корреспондент», «Главред», «Бізнес» та «Біографії» є ілюстрованими.*

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

*Отже, серед тих видань, що продаються в газетних кіосках Києва і які мають від 21 до 25 рубрик, є ілюстровані щотижневики.*

З висновку неповної індукції зрозуміло, що ступінь імовірності досить високий. Такий факт доводиться тим, що в кіосках Києва продається не 4 щотижневика, а 16. По-перше, всі 16 щотижневиків не можуть бути ілюстрованими. По-друге, не всі щотижневики, які продаються в кіосках Києва, можуть мати від 21 до 25 рубрик. Отже, доведено, що неповна індукція – досить імовірнісний вид умовиводу в методі індукції. Іншими словами, неповна індукція є яскравим прикладом демонстративності висновків, а не їхньої точності та істинності.

Формулою умовиводу неповної індукції є така:

1. Усіх предметів за кількістю число  $N$ : предмет  $S_1$  має ознаку  $P$ .
2. Предмет  $S_2$  має ознаку  $P$ .
3. Предмет  $S_n$  має ознаку  $P$ .

4. Предмети  $S_1, S_2, \dots, S_n$  є предметами класу  $K$ , в який можуть входити предмети більше за кількістю ніж  $N$ .

**5. Отже, всі предмети класу  $K$ , в який можуть входити предмети більше за кількістю ніж  $N$ , мають ознаку  $P$ .**

Метод неповної індукції ще називають популярною індукцією, при умові, якщо при її використанні не добирають науково обґрунтовані методи. Річ у тому, що у популярній (неповній) індукції йдеться тільки про відомі предмети. Але може бути так, що, окрім вказаних і перерахованих в умовиводі предметів, існують такі, про існування яких автор умовиводу не знає. Отже, висновок не буде мати суворо наукового аспекту, а буде тільки демонстративним (неповним) чи імовірнісним.

### Наукова індукція

Під час планування і здійснення дослідження соціальних комунікацій науковий пошук здійснюється і за методом *наукової індукції*, який звернений до умовиводу, що ґрунтується на встановленні повторюваності ознаки в деяких явищах класу через виявлення причинової залежності такого повторювання від певних властивостей явища.

*Приклад:*

*1. 2010 року в Україні видано українською мовою 230 тисяч книжок.*

2. 2011 року в Україні видано українською мовою 240 тисяч книжок.

3. 2012 року в Україні видано українською мовою 250 тисяч книжок.

4. З'являється передбачення про те, що з початку століття в Україні щорічно видається українською мовою від 230 до 250 тисяч книжок.

5. Встановлено, що у період від 2000 року до 2009 року в Україні видано українською мовою від 110 до 134 тисяч книжок.

6. Отже, в Україні видано українською мовою від 230 до 250 тисяч книжок тільки у період від 2010 року до 2012 року.

Іншими словами, висновок у наведеному прикладі є обґрунтованим через наведення факту, що спростовує передбачення про те, що з початку століття в Україні щорічно видається українською мовою від 230 до 250 тисяч книжок. Такий вид індукції (наукової) є виваженим і точним.

Дослідники соціальних комунікацій мають пам'ятати про те, що наукова індукція має два види: 1) селекція (відбір) та 2) елімінація (виключення).

*Елімінативна індукція* – це індукція, у якій висновок про причини досліджуваних явищ ґрунтується на виключенні обставин, що підтверджують або спростовують властивості обговорюваного предмета, явища.

Наведений приклад про друк книжок українською мовою у період від 2010 року до 2012 року є прикладом елімінативної індукції.

*Селективна індукція* – це індукція, у якій висновок про належність ознаки класу ґрунтується на знанні про зразок, одержаний методом відбору явищ із різних частин цього класу.

*Приклад:*

1. *Результати контент-аналізу публікації про політика Іванова П. С. в газеті «День» від 12 листопада 2013 року свідчать про те, що він винний у злочині проти народу.*

2. *Результати контент-аналізу публікації про політика Іванова П. С. в газеті «Вечірній Київ» від 24 грудня 2013 року свідчать про те, що він винний у злочині проти народу.*

3. *Результати контент-аналізу публікації про політика Іванова П. С. в газеті «Комсомольская правда в Украине» від 29 грудня 2013 року свідчать про те, що він винний у злочині проти народу.*

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

---

4. *Результати контент-аналізу публікації про політика Іванова П. С. в газеті «Сільські вісті» від 4 січня 2014 року свідчать про те, що він винний у злочині проти народу.*

5. *Можна стверджувати, що результати контент-аналізу всіх публікацій про політика Іванова П. С. за період від 12 листопада 2013 року до 4 січня 2014 року свідчать про те, що він винний у злочині проти народу.*

6. *Але попереднім контент-аналізом публікацій у газеті «День» від 18 листопада і публікації в газеті «Сільські вісті» від 22 грудня 2013 року встановлено, що політик Іванов П. С. не причетний до злочину проти народу.*

7. *Отже, результати контент-аналізу не всіх публікацій і не у всіх газетах, що виходили у період від 12 листопада 2013 року до 4 січня 2014 року, свідчать про причетність політика Іванова П. С. до злочину проти народу.*

В останньому судженні наведеного прикладу спостерігається уточнення через вилучення (через відбір або через селекцію) фактів, які і тягнуть за собою точний і науково обґрунтований висновок дослідника.

### **Причинний зв'язок між явищами соціальних комунікацій**

Задля розуміння того, що в дослідницькій практиці соціальних комунікацій слід постійно звертатися до точних і наукових висновків завдяки індукції, варто знати про причиновість або причинний зв'язок між явищами реальності.

*Причинний зв'язок* – це зв'язок між двома (чи більше) явищами, який фіксує передування одного і наслідок виникнення іншого явища. Іншими словами, причинний зв'язок виникає там, де одне явище викликає інші явища.

Властивості причинного зв'язку такі:

- загальність;
- послідовність у часі;
- необхідність;
- однозначність.

Варто пояснити кожну з властивостей окремо.

*Загальність* – це властивість причинного зв'язку, яка вказує на те, що у світі обов'язково є причина кожного з тих явищ, які науковець спостерігає.

*Послідовність у часі* – це властивість причинового зв'язку, яка вказує на те, що причина завжди йде попереду явища. Але часто під час дослідження соціальних комунікацій така властивість причинових зв'язків веде до похибки. Таку похибку помітили давні філософи і висловили її: «Post hoc, ergo propter hoc», що українською означає: «Після цього, значить, через це». Сутність помилки полягає в тому, що часто повторювану у часі послідовність певних двох явищ приймають за їхній причиновий зв'язок.

Наприклад, у першому випадку помилка фіксується тоді, коли науковець робить висновок про те, що восени 2007 року, після повідомлень в ЗМІ про свинячий грип в Україні, люди почали одягати захисні марлеві маски. Отже, у зв'язку з повідомленням у ЗМІ про свинячий грип, випадків захворювання побільшало.

У другому випадку дослідник може помилитися, наслідуючи принцип «Після цього, значить, через це», коли буде стверджувати, що кількість хворих на свинячий грип в Україні восени 2007 року збільшилася саме тому, що в ЗМІ не з'явилося повідомлення-попередження про епідемію свинячого грипу.

Зрозумілим є те, що в обох випадках безоглядне наслідування дослідником соціальних комунікацій принципу «Після цього, значить, через це» веде до помилок.

Для досягнення об'єктивності у пошуку причинових зв'язків між досліджуваними явищами і процесами соціальних комунікацій слід пам'ятати про таку властивість як *необхідність*, або властивість причинового зв'язку, яка вказує на те, що дія може бути здійснена тільки при обов'язковості причини. Без причини не може бути дії.

Ще одною властивістю пошуку причиновості в соціальних комунікаціях є *однозначність* – властивість причинового зв'язку, яка вказує на те, що кожна конкретна причина завжди викликає цілком визначену, відповідну дію. Тут відслідковується і певна залежність між причиною і результатом (дією). Будь-яка зміна причини тягне за собою необхідністю за собою і зміну наслідку (дії, результату).

### **Редукція у встановленні причинових зв'язків**

Під час вивчення явищ і процесів соціальних комунікацій з методологічних позицій слід обов'язково залучати редукцію для встановлення причинових зв'язків. Редукція допомагає дослідникові встановлювати імовірнісні висновки навіть у тих випадках, коли їх зробити, на перший погляд, неможливо.



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

Редукція – метод досліджень у соціальних комунікаціях, що передбачає спрощення форми вираження дослідницьких результатів із метою полегшення формулювання висновків.

Словник іноземних слів пропонує тлумачити термін «редукція» як «процес або дію, що призводить до зменшення, послаблення або спрощення чого-небудь, іноді до повної втрати якихось об'єктів, ознак». Науковці-логіки редукцією (від. *лат.* *reductio* – повернення до колишнього стану, відсунення назад) називають результат, «що дає висновок, який не випливає із засновків, але з якого – у кон'юнкції з одним або декількома заданими засновками – випливають інші посилки». Схематично редукцію можна показати через формули:

<i>Випадок 1</i>	<i>Випадок 2</i>
$A \rightarrow B$	$A \rightarrow B$
<b>B</b>	$\neg A$
A	$\neg B$

У випадку 1, якщо спочатку стверджується наслідок (B), у підставі (A) буде ствердження.

*Приклад для випадку 1*

Подано твердження: «Масова свідомість формується та підтримується (A) мас-медійними механізмами функціонування суспільства (B).

Одержано твердження: Функціонування суспільства (B) підтримується мас-медійними механізмами масової свідомості (A)

*Аналіз прикладу для випадку 1*

В одержаному твердженні «Функціонування суспільства (B) підтримується мас-медійними механізмами масової свідомості (A)» стверджується наслідок (B). У такому випадку засновок A не може бути заперечувальним, наприклад, «Функціонування суспільства (B) **не** підтримується мас-медійними механізмами масової свідомості (A)».

У випадку 2, якщо спочатку заперечується підстава ( $\neg A$ ), наслідок також буде заперечним ( $\neg B$ ).

*Приклад для випадку 2*

Одержано твердження: «Масова свідомість не формується та не підтримується мас-медійними механізмами (A). Отже, мас-медійні механізми не є основою функціонування суспільства (B).

*Аналіз прикладу для випадку 2*

В одержаному судженні заперечується твердження А «*Масова свідомість не формується та не підтримується мас-медійними механізмами*». Висновок В у такому випадку не може бути стверджувальним, він буде тільки заперечувальним: «*Отже, мас-медійні механізми не є основою функціонування суспільства*».

За логічним законом, із засновків не може впливати висновок. Саме тому висновок треба вважати імовірнісним.

Редукцію як метод вважають типовим для висунення гіпотез на стадії пілотного дослідження в соціальних комунікаціях.

**Індуктивні методи встановлення причинових зв'язків**

Правила індуктивного дослідження сформулювали ще Ф. Бекон і Дж. Мілль. Тому правило має їхнє ім'я – «**правила Бекона-Мілля**». У методології досліджень соціальних комунікацій правила Бекона-Мілля використовують досить часто.

У межах згаданих правил існує 5 методів встановлення причинових зв'язків:

- 1) метод єдиної схожості;
- 2) метод єдиної відмінності;
- 3) з'єднаний метод схожості і відмінності;
- 4) метод супровідних змін;
- 5) метод залишків.

Кожний із методів слід тлумачити окремо.

1. Метод схожості

**Якщо якась умова F постійно передує настанню досліджуваного явища X тоді, як інші умови змінюються, ця умова, імовірно, є причиною явища X.**

Метод схожості ще називають методом знаходження загального в різному. За допомогою символів суть методу схожості записується так:

1. Під час дії факторів **FDC** відбувається явище X.
2. Під час дії факторів **ORF** відбувається явище X.
3. Під час дії факторів **LFS** відбувається явище X.
4. Під час дії факторів **TZFNH** відбувається явище X.
5. Імовірно, причиною явища X є фактор F.

*Приклад:*

1. Завдяки стильному одягу (**F**), якості мовлення (**D**) і вдалій доречній жестикуляції (**C**) формується чудовий екранний образ журналіста (**X**).

2. Завдяки гарній телекамері (O), фаховій правці текстів редактором (R) і стильному одягу (F) формується чудовий екранний образ журналіста (X).

3. Завдяки майстерному освітленню в студії (L), стильному одягу (F), акуратній зачісці (S) формується чудовий екранний образ журналіста (X).

4. Завдяки сенсаційному повідомленню про народження сина у співака Філіпа Кіророва (T), гамі кольорів у студії (Z), стильному одягу (F), фронтальному дизайну логотипа випуску новин (N) і добрій посмішці (H) формується чудовий екранний образ журналіста (X).

5. Імовірно, чудовий екранний образ журналіста (X) зумовлений його стильним одягом (F).

При аналізі прикладу методу схожості видно, що повторюється, тобто є схожою умова F («стильний одяг»), яка у всіх випадках стає причиною появи наслідку X («чудовий екранний образ журналіста»).

Для того, щоб метод схожості давав істинні висновки щодо досліджень соціальних комунікацій, треба пам'ятати про такі передумови.

1. Треба мати загальні знання про можливі причини досліджуваного явища.

2. При аналізі попередніх явищ треба виключити всі обставини, які не виступають необхідними для досліджуваної дії. З цього випливає: такі обставини не можуть відповідати основній властивості причинового зв'язку.

3. Під час аналізу попередніх обставин слід виділити схоже і повторюване у кожному з розглянутих випадків. Саме таке виокремлення й буде ймовірною причиною досліджуваного явища.

Метод схожості, на думку В. І. Кириллова і А. А. Старченка, сприяє побудові плідних гіпотез, перевірка яких приводить до відкриття нових істин.

## 2. Метод відмінності

**Якщо якась умова F має місце тоді, коли настає досліджуване явище X, і відсутня, коли цього явища немає, а решта умов залишаються незмінними, то F є причиною явища X.**

Метод відмінності називають методом знаходження різного в схожому. За допомогою символів метод схожості записується так:

1. Під час дії факторів **F**ВСН відбувається явище **X**.
2. Під час дії факторів ВСН не відбувається явище **X**.
3. Отже, **F** є причиною явища **X**.

*Приклад:*

1. Такі фактори як: зміна особливостей запитів користування бібліотечним інформаційним ресурсом (**F**), недостатнє фінансування сучасних бібліотек (**B**), низький рівень фахової підготовки бібліотечних працівників (**C**) та відсутність внутрішньої транспортної смуги для доставки книжкових надходжень (**H**) впливають на ефективне комплектування сучасних бібліотек електронною текстовою інформацією (**X**).

2. Такі фактори як: недостатнє фінансування сучасних бібліотек (**B**), низький рівень фахової підготовки бібліотечних працівників (**C**) та відсутність внутрішньої транспортної смуги для доставки книжкових надходжень (**H**) не впливають на ефективне комплектування сучасних бібліотек електронною текстовою інформацією (**X**).

3. Отже, зміна особливостей запитів користування бібліотечним інформаційним ресурсом (**F**) впливає на ефективне комплектування сучасних бібліотек електронною текстовою інформацією (**X**).

4. Аналіз прикладу методу відмінності дозволяє занотувати різницю між першим засновком і другим у тому, що у першому – чотири фактори (зміна особливостей запитів користування бібліотечним інформаційним ресурсом (**F**), недостатнє фінансування сучасних бібліотек (**B**), низький рівень фахової підготовки бібліотечних працівників (**C**) та відсутність внутрішньої транспортної смуги для доставки книжкових надходжень (**H**)), а у другому – тільки три (недостатнє фінансування сучасних бібліотек (**B**), низький рівень фахової підготовки бібліотечних працівників (**C**) та відсутність внутрішньої транспортної смуги для доставки книжкових надходжень (**H**)). Причому три згадані у другому засновку фактори умови «не впливають на ефективне комплектування сучасних бібліотек електронною текстовою інформацією (**X**)». У другому засновку відсутня умова «зміна особливостей запитів користування бібліотечним інформаційним ресурсом (**F**)». Виходить, що саме «зміна особливостей запитів користування бібліотечним інформаційним ресурсом» впливає на «ефективне комплектування сучасних бібліотек електронною текстовою інформацією».

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

Метод відмінності частіше використовують у процесі спостереження за явищами у природних умовах, під час проведення експериментів.

Для того, щоб метод відмінності давав істинні висновки, треба пам'ятати про такі передумови.

1. Слід мати загальні знання про можливі причини досліджуваного явища.

2. Із переліку факторів слід виключити обставини, що не задовольняють умові достатності для досліджуваної дії.

3. Тому серед множинності можливих причин залишається єдина обставина, яку розглядають як дійсну причину.

### 3. З'єднаний метод схожості і відмінності

**Якщо дві і більша кількість випадків, коли настає дане явище X, схожі тільки в одній умові F, тоді як два і більше випадки, коли дане явище X відсутнє, відрізняються від перших випадків тільки тим, що відсутня умова F, то ця умова F і є причиною X.**

Завдяки символам з'єднаний метод схожості і відмінності записується так:

1. Під час дії факторів FDC відбувається явище X.
2. Під час дії факторів ORF відбувається явище X.
3. Під час дії факторів LFS відбувається явище X.
4. Під час дії факторів DC не відбувається явище X.
5. Під час дії факторів OR не відбувається явище X.
6. Під час дії факторів LS не відбувається явище X.
7. Мабуть, причиною явища X є фактор F.

*Приклад:*

1. *Маніпулятивні технології (F), виконання проголошених обіцянок (D) та наполеглива праця лідерів політичних об'єднань (C) тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

2. *Виступи на радіо (O), зустрічі з виборцями (R) та маніпулятивні технології (F) тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

3. *Ефективні виступи депутатів у парламенті (L), маніпулятивні технології (F) і регулярні звіти перед виборцями (S) тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

4. *Виконання проголошених обіцянок (D) та наполеглива праця лідерів політичних об'єднань (C) не тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

5. *Виступи на радіо (O) та зустрічі з виборцями (R) не тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

6. *Ефективні виступи депутатів у парламенті (L) і регулярні звіти перед виборцями (S) не тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

7. *Мабуть, маніпулятивні технології (F) тягнуть за собою недовіру народу до політиків (X).*

8. Аналіз прикладу дає можливість стверджувати, що у перших трьох засновках (речення 1–3) дослідник шукає схожі ознаки, а в інших трьох (речення 4–6) засновках – відмінність. За результатами таких пошуків науковець виявляє, що саме фактор-умова «маніпулятивні технології (F)» потягнув за собою результат-висновок «недовіра народу до політиків (X)».

Хоча метод схожості і відмінності передбачає певну складність через шість (!) засновків, такий метод у дослідженнях соціальних комунікацій слід вважати найближчим до істини, оскільки в ньому поєднуються переваги двох методів.

#### 4. Метод супутніх змін

**Якщо зі зміною умови F у тому ж ступені змінюється деяке явище X, а інші обставини залишаються незмінними, імовірно, що F є причиною X.**

Метод застосовується при аналізі випадків, у яких є видозміна однієї з попередніх обставин, що супроводжувала видозміну досліджуваної дії.

Завдяки символам слід зобразити хід думки методом супутніх змін таким чином:

1. Під час дії факторів FHDC відбувається явище X.
2. Під час дії факторів F<sub>1</sub>HDC відбувається явище X<sub>1</sub>.
3. Під час дії факторів F<sub>2</sub>HDC відбувається явище X<sub>2</sub>.
4. Отже, дія фактору F перебуває у причиновому зв'язку з явищем X.

*Приклад:*

1. *Використання технології добової верстки (F), запрошення до студії непопулярних політиків (H), трансляція негативних відгуків про роботу редакційного колективу (D) та часте порушення норм сучасної української літературної мови ведучими (C) піднімають рейтинг популярності програмного ефіру радіостанції «Голос правди» (X).*

2. Використання технології добової верстки із затвердженням випускового редактора ( $F_1$ ), запрошення до студії непопулярних політиків ( $H$ ), трансляція негативних відгуків про роботу редакційного колективу ( $D$ ) та часте порушення норм сучасної української літературної мови ведучими ( $C$ ) швидко піднімають рейтинг популярності програмного ефіру радіостанції «Голос правди» ( $X_1$ ).

3. Використання технології добової верстки із затвердженням випускового і головного редакторів ( $F_2$ ), запрошення до студії непопулярних політиків ( $H$ ), трансляція негативних відгуків про роботу редакційного колективу ( $D$ ) та часте порушення норм сучасної української літературної мови ведучими ( $C$ ) миттєво піднімають рейтинг популярності програмного ефіру радіостанції «Голос правди» ( $X_2$ ).

4. Отже, використання технології добової верстки пов'язане причинним зв'язком із підняттям рейтингу популярності програмного ефіру радіостанції «Голос правди».

Особливістю випадку, наведеного у прикладі, є те, що дослідник має змогу завдяки спостереженню зафіксувати супровідні зміни явища і наслідків. Саме зафіксовані зміни дозволяють говорити про причинний зв'язок між ними.

Для того, щоб метод супутніх змін діяв у дослідженнях соціальних комунікацій, треба дотримуватися певних умов.

1. Необхідно знати про всі можливі причини досліджуваного явища.

2. Не всі обставини причинних зв'язків варто враховувати, а тільки ті, які не відповідають властивостям однозначності причинного зв'язку.

3. Із числа всіх попередніх обставин виділяють тільки ту, яка своїми змінами супроводжує змінні дії.

Вивчення соціальних комунікацій з методологічної точки зору при зверненні до методу супутніх змін передбачає наявність двох їхніх видів:

- 1) пряма залежність;
- 2) зворотна залежність.

При прямій залежності збільшення інтенсивності прояву супутніх змін тягне за собою збільшення інтенсивності прояву результату змін. І навпаки: при зменшенні інтенсивності прояву супутніх змін фіксується зменшення інтенсивності прояву результату змін.

При зворотній залежності процес схожий на зворотно-пропорційну залежність. Іншими словами, збільшення інтенсивності прояву супутніх змін тягне за собою зменшення інтенсивності прояву результату змін. І навпаки: при зменшенні інтенсивності прояву супутніх змін фіксується збільшення інтенсивності прояву результату змін.

Існує верхня і нижня межі кількісних змін. «Відстань» між межами називають *межами інтенсивності*. Як свідчать дослідники В. І. Кириллов і А. О. Старченко, «у цих прикордонних зонах змінюється якісна характеристика явища і тим самим можуть виявлятися відхилення при застосуванні методу супутніх змін». Прикладом, що ілюструє наявність межі інтенсивності кількісних змін при використанні методу супутніх змін під час досліджень соціальних комунікацій, є такий: використання метафор у мовленні ведучого телевізійної програми «Школа доктора Комаровського» і покращує сам імідж лікаря-педіатра Є. О. Комаровського, і поліпшує сприйняття аудиторією всієї програми про здоровий образ життя дітей та їхніх батьків. Збільшення метафор у мовленні ведучого робить програму цікавішою, ведучого ще цікавіше слухати, рейтинг телепрограми росте, її починає дивитися більша кількість телеглядачів, але до певної критичної точки, коли Є. О. Комаровський почне говорити тільки за допомогою метафор. Після подолання такої критичної точки телевізійна програма «Школа доктора Комаровського» перестане бути цікавою і навіть зрозумілою для аудиторії. Рейтинг телепрограми впаде, проект закриють.

На підставах зазначеного, дослідникові соціальних комунікацій слід пам'ятати, що дія методу супровідних змін даватиме коректні результати тільки у випадку, коли умови дії методу будуть відповідати межах інтенсивності, або діапазону інтенсивності.

#### 5. Метод залишків

**Якщо складні умови здійснюють складну дію і відомо, що частина умов викликає певну частину цієї дії, то частина умов, які залишаються, викликає частину дії, що залишаються.**

Завдяки символам метод залишків треба записати так:

1. Дії АВС викликають явища abc.
2. Дія А викликає явище a.
3. Дія В викликає явище b.
4. Отже, дія С викликає явище c.



*Приклад:*

*1. Гендерно марковані журнали (А), результати досліджень залежності від інтернету (В) та збільшення медійної інформації про політиків (С) свідчать про гендерну рівність (а), зацікавленість психологів новою соціальною проблемою (b) та наявність в інформаційному просторі спеціальних комунікаційних технологій (с).*

*2. Гендерно марковані журнали (А) свідчать про гендерну рівність (а).*

*3. Результати досліджень залежності від інтернету (В) свідчать про зацікавленість психологів новою соціальною проблемою (b).*

*4. Отже, збільшення медійної інформації про політиків (С) свідчить про наявність в інформаційному просторі спеціальних комунікаційних технологій (с).*

Метод залишків часто використовують у дослідженнях соціальних комунікацій. Наприклад, якщо наслідки певної дії явно не можна пояснити обсягом причин, які можуть породити явище, шукають інші причини, які можуть задовольнити зафіксовані результати.

Усі розглянуті п'ять методів треба віднести до складних міркувань, що використовуються під час формулювання висновків у дослідженнях соціальних комунікацій. У таких міркуваннях індуктивні узагальнення будуються за участю дедуктивних висновків. Саме у наведених раніше символічних записах методів та у прикладах слід вбачати об'єднавчу роль індукції та дедукції, які забезпечують логічну спроможність міркувань, точність та обґрунтованість одержаних висновків.

### **2.2.6. Дедуція**

Під час вивчення соціальних комунікацій дослідник застосовує метод дедукції, суть якого полягає в переході від загального до конкретного (одиночного, часткового). У логіці дедукцію тлумачать як процес мислення від загального до конкретного.

Виокремлюють п'ять таких видів дедукції:

- 1) за правилами логічного квадрата;
- 2) за правилами модальних суджень;
- 3) за правилами перетворення суджень;
- 4) за правилами обернення судження;
- 5) за правилами протиставлення предиката.

Потрібно детально розглянути кожний вид дедукції з позиції логіки, яка обов'язково має бути присутньою в дослідженнях соціальних комунікацій.

Дедукція за правилами логічного квадрата передбачає знання чотирьох родів суджень (загальностверджувальні, загальнозаперечувальні, частково стверджувальні та частково заперечувальні судження) і п'яти видів відношень між судженнями (протилежність, суперечливість, підлеглість, супідлеглість та заперечення).

Виокремлюють два великих роди суджень: загальні та часткові.

Паралельно є ще поділ на два великих типи суджень: стверджувальні та заперечувальні. При поєднанні згаданих характеристик визріла необхідність говорити про чотири види категоричних суджень.

Назву цим чотирьом видам категоричних суджень запропонували давні греки. Грецьким словом «affirmo» («стверджую») позначали ті судження, у яких щось стверджувалося. Якщо у судженні щось заперечувалося, таке судження позначали словом «nego» («заперечую»).

Для того, щоб щоразу не вживати слова «affirmo» та «nego», мислителі давнини запропонували для стверджувальних суджень вживати літери А та І, які вилучені з першої та з другої позиції голосних звуків слова «affirmo». Для означення заперечувальних суджень вживали дві літери (Е та О) з першої та другої позиції голосних звуків слова «nego».

Якщо це уявити схематично, вийде таке розташування знаків (див. схему на рис. 11).



Рис. 11. Розташування знаків А, Е, І та О у просторі.

При аналізі місць розташування зазначених літер А, Е, І та О можна їх характеризувати через назви тих зон, поруч із якими їх розміщено на рис. 11.

Отже, А – це стверджувальне і загальне судження, Е – заперечувальне загальне судження, І – стверджувальне часткове судження і О – заперечувальне часткове судження.

Зважаючи на літери, варто характеризувати суб'єкт (S) і предикат (P) та означити зв'язки між ними спеціальним символом.

**1. А – стверджувальне загальне судження (загальностверджувальне)**

А – це загальностверджувальне судження, що має загальний квантор  $\forall$  і стверджувальний зв'язок. Означуємо судження типу А так:

$$\forall S \text{ a } P$$

а читаємо так: «Усі S є P». Наприклад: Усі люди дихають киснем.

**2. Е – заперечувальне загальне судження (загальнозаперечувальне судження).**

Е – заперечувальне загальне судження, що має загальний квантор  $\exists$  і заперечувальний зв'язок. Означуємо судження типу Е так:

$$\exists S \text{ e } P$$

а читаємо так: «Усі S не є P». Наприклад: «Усі люди не можуть літати».

**3. І – стверджувальне часткове судження (частково стверджувальне)**

І – стверджувальне часткове судження, що має частковий квантор  $\forall$  та стверджувальний зв'язок. Означуємо судження типу І так:

$$\forall S \text{ i } P$$

а читаємо так: «Деякі S є P». Наприклад: «Деякі люди є геніями».

**4. О – заперечувальне часткове судження (частково заперечувальне)**

О – частково заперечувальне судження, що має частковий квантор  $\exists$  і заперечувальний зв'язок. Означуємо судження типу О так:

$$\exists S \text{ o } P$$

а читаємо так: «Деякі S не є P». Наприклад: «Деякі люди не генії».

Відношення між судженнями типів А, Е, І та О з давніх часів означаються через логічний квадрат (див. схему на рис. 12).

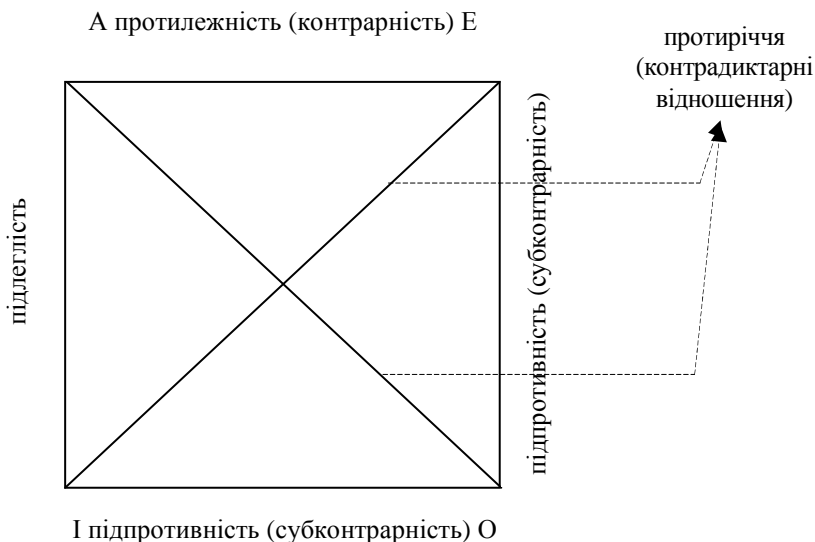


Рис. 12. Логічний квадрат

Відношення типу А-Е називаємо протилежними (контрарними). Відношення типу І-О – підпротивними (субконтрарними). Відношення типу А-О називають протиріччям (контрадиктарними). Відношення типу І-Е називають протиріччям (контрадиктарними). Відношення типу А-І називають «підлеглість» (підлеглими). Відношення типу Е-О – «підлеглість» (підлеглі).

Дослідження соціальних комунікацій варто узгоджувати, враховуючи відношення між судженнями дослідника на етапі розуміння і формулювання висновків. Важливо сформулювати передбачення, судження протягом наукового пошуку та висновків, спираючись на чотири закони логіки, які узгоджуються з відношеннями, що зображені у логічному квадраті. Основні закони логіки діють у відношеннях між судженнями.

Вважають основними такі чотири закони логіки.

1. Закон протиріччя.
2. Закон виключення третього.
3. Закон тотожності.
4. Закон достатньої підстави.

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

Про кожний із законів і можливість їхнього застосування під час вивчення соціальних комунікацій – детальніше.

1. Закон протиріччя (непротиріччя).

**Два судження, що заперечують одне, не можуть бути водночас істинними. Одне з них буде хибним.**

Дія закону поширюється на такі відношення: А-Е, А-О та Е-І (див. логічний квадрат на рис. 12).

Приклад 1

1. Соціальні комунікації є соціальною інженерією.

2. Соціальні комунікації не є соціальною інженерією.

Приклад 2

1. Ефективність видавничого проекту визначається тим, наскільки вдалою виявиться комунікаційна система «автор – редактор»

2. Ефективність видавничого проекту не визначається тим, наскільки вдалою виявиться комунікаційна система «автор – редактор»

Записуємо формулою закон протиріччя (непротиріччя) так:

$$\sim (A \wedge \sim A)$$

а читаємо так: «Неправильним « $\sim$ » є вислів  $(A \wedge \sim A)$ , що А і «А» не А існують».

2. Закон виключення третього.

**Про будь-який предмет думки можна або щось стверджувати, або заперечувати те ж саме – третього не дано (tertium non datur).**

Інакше закон може звучати так: **два суперечливі судження не можуть бути одночасно хибними, одне з них обов'язково істинне.**

Дія закону поширюється на відношення протиріччя типу А-О, Е-І.

Приклад 1

1. Усне комунікування трансформувалося в письмове.

2. Усне комунікування не трансформувалося в письмове.

Приклад 2

1. Свобода масової комунікації впливає зі свободи комунікації і рівності у комунікації.

2. Свобода масової комунікації не впливає зі свободи комунікації і рівності у комунікації.

Записуємо формулою закон виключення третього так:

$$A \wedge \sim A$$

а читаємо: «Існує А і не А. Третього не існує».

3. Закон тотожності.

**Протягом одного й того ж розсуду кожна думка повинна бути тотожною сама собі.**

Іншими словами, із якої думки комунікатор почав, такою думкою він і має завершити свій роздум. Не можна змінювати предмет думки протягом судження.

*Приклад 1* із порушенням закону тотожності (частина тексту, що подана у лапках, запозичена з автореферату кандидатської дисертації Г. О. Цуканової):

«Українська періодика активно використовує жанри інформаційної фотографії як власного виробництва, так і запозичені з інформаційних агентств, фотобанків та мережі інтернет. У результаті проведених нами підрахунків встановлено, що багатотиражні видання «Сегодня» та «Факты и комментарии» розміщують до 15% світлин, запозичених із мережі інтернет, із низькою роздільною здатністю; це погіршує загальне сприйняття журналістських матеріалів, поєднаних із такими фотографіями». Отже, загальне сприйняття може спиратися на закони фізики.

*Аналіз прикладу 1.*

У прикладі йдеться про використання в українській періодиці світлин. В останньому реченні «*Отже, загальне сприйняття може спиратися на закони фізики*» подано висновок, який ілюструє порушення закону тотожності. Для того, щоб закон тотожності не був порушений, достатньо прибрати останнє речення. Саме у такому випадку висновок «...це погіршує загальне сприйняття журналістських матеріалів, поєднаних із такими фотографіями» буде відповідати тому, про що йшлося в тексті.

*Приклад 2* із порушенням закону тотожності (частина тексту, що подана у лапках, запозичена з автореферату кандидатської дисертації Володченко О.М.):

«Визначено типологію спеціалізованих туристичних видань за адміністративно-територіальним рівнем та за мовою видання. Аналіз структури видань та змістове наповнення дало змогу зробити висновок про створення формату туристичного видання як кінцевого продукту інформаційного виробництва, яке спрямоване на постійне якісне інформування цільової аудиторії про туристичні можливості відпочинку як в Україні, так і за кордоном. Інформація надається

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

також про діяльність підприємств, які працюють на ринку туристичних послуг, про міжнародні стандарти туристичного бізнесу, про необхідність розвитку туризму в Україні та просування вітчизняного турпродукту на міжнародний ринок». Отже, нині туризм в Україні не розвивається саме тому, що уряд країни не фінансує туристичну галузь.

### *Аналіз прикладу 2.*

Оскільки у прикладі 2 йдеться про визначення типології спеціалізованих туристичних видань, їхньої структури, інформування цільової аудиторії, просування вітчизняного туристичного інформаційного продукту, згідно з законом тотожності висновок не може стосуватися нефінансування туристичної галузі. Саме у реченні-висновку «Отже, нині туризм в Україні не розвивається саме тому, що уряд країни не фінансує туристичну галузь» фіксується порушення закону тотожності. Якщо б цитований фрагмент тексту закінчувався висновком на кшталт «Отже, ми розглянули декілька аспектів функціонування спеціалізованих туристичних видань України та процесів, що впливають на цільову аудиторію і якість просування вітчизняного турпродукту на міжнародний ринок», закон тотожності не був би порушений.

Тлумаченням закону тотожності може бути такий розмисл: «Якщо на початку думки вживається слово коса у смислі «дівоча коса», то у висновку не може стверджуватися думка щодо коси у смислі «продовгастої частки суходолу, яка вдається в море»».

Формулою закон тотожності виражаємо так:

$$A \equiv A$$

а читаємо так: «А тотожне А», або «А еквівалентно А».

### *4. Закон достатньої підстави.*

#### **Істинність кожної думки повинна бути обґрунтованою.**

Іншими словами, у судженні треба вживати тільки ті факти, які доведені раніше, до даного судження. Доводити слід тільки один факт, а не декілька. Таким фактом може бути тільки той, за допомогою якого в цей момент доводять думку.

*Приклад 1* із порушенням закону достатньої підстави (частина тексту, що подана у лапках, запозичена з автореферату кандидатської дисертації Н. М. Фурманкевич):

«Реклама є специфічною композицією в сучасній культурі, що представлена через соціальні дискурси, із яких деякі сприймаються й приживаються в культурі, створюючи самостійні культурні форми, а деякі зникають, щойно з'явившись».

*Аналіз прикладу 1*

Оскільки закон достатньої підстави вимагає обґрунтовувати істинність кожної думки, твердження дослідника щодо деяких соціальних дискурсів, що «зникають, щойно з'явившись», треба піддати сумніву як недоведений факт. Уникнути порушень закону достатньої підстави можна було б завдяки наведенню конкретного факту зникання соціальних дискурсів.

*Приклад 2* із порушенням закону достатньої підстави (частина тексту, що подана у лапках, запозичена з автореферату кандидатської дисертації Т. О. Пшеничної):

«Негативними рисами інтерв'ю як готового текстового матеріалу в пресі визначено його спотворення через видалення інформації, підтасовка фактів на етапі створення та редагування тексту; заплановані провокації, розігрування вистави для аудиторії (інтерв'ю з наперед відомими питаннями й відповідями) на етапі його підготовки; недотримання норм спілкування, експлуатація почуття довіри й тиск авторитетом у процесі інтерв'ювання».

*Аналіз прикладу 2*

Задля дотримання закону достатньої підстави варто було б навести конкретні факти, що підтверджували б негативні риси інтерв'ю як готового текстового матеріалу.

Закон достатньої підстави можна записати формулою:

$$A \rightarrow B,$$

а читаємо закон так: «А існує тому, що існує В», або «А є підґрунтям для В», або «А є необхідною умовою для В».

Дослідження соціальних комунікацій із методологічної точки зору можливе з позицій за правилами модальних суджень.

Модальність у соціальних комунікаціях – це авторське висловлення оцінювального ставлення до того, про що йдеться у судженні.

*Модальними судженнями* можна називати такі, у яких вживають особливі поняття, що характеризують це висловлювання або ситуацію, описану в ньому.



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

Особливими поняттями можуть виступати ті, що виражені у мові такими словами: *можливо, необхідно, випадково, доведено, не доведено, заборонено, дозволено, обов'язково, гарно, погано, сумнівно* тощо.

*Приклади:*

– *Рекламу як комунікаційну технологію обов'язково мають вивчати фахівці з прикладних соціально-комунікаційних технологій.*

– *Можливо, PR варто вважати комунікаційними технологіями.*

– *Доведено, що менеджмент видавничої справи в умовах глобалізації в Україні тільки починає розвиватися.*

– *Вірогідно, рекламний радіодискурс є соціокомунікативним феноменом.*

– *За словами У. Семнера, суспільна солідарність є умовою існування суспільства.*

В. І. Кириллов, А. О. Старченко Л. М. Сумарокова вважають, що модальності бувають таких видів:

- 1) фізичні;
- 2) гносеологічні;
- 3) нормативні;
- 4) оцінні (аксіологічні);
- 5) логічні.

У дослідженнях соціальних комунікацій кожен із видів модальності означає окреме ставлення автора судження до реальних предметів і має свої мовні засоби (див. табл. 3.1).

Автори по-різному диференціюють модальні судження. Наприклад, Л. М. Сумарокова серед основних розрізняє такі види модальності:

- 1) алетичні;
- 2) аксіологічні;
- 3) деонтологічні.

Автори В. І. Кириллов та А. О. Старченко серед важливих виділяють:

- 1) епістемічну модальність;
- 2) деонтичну;
- 3) алетичну.

Очевидним є те, що автори збігаються у своїх позиціях (при тому, що відрізняються лише назви: «епістемічна модальність» та «алетична модальність»).

**Мовні засоби та логічне значення видів модальності  
в дослідженнях соціальних комунікацій**

№ п/п	Параметри модальності		
	Назва виду модальності	Логічне значення	Мовні засоби
1.	Фізична модальність	Йдеться про зв'язки-причини	Фізично можливе ... Фізично необхідне ...
2.	Гносеологічна модальність	Йдеться про істинність та доведеність, сумнівність	Істинним є ... Доведеним є ... Переконаливо, що ... Сумнівно, що ...
3.	Нормативна (деонтична) модальність	Йдеться про обов'язковість, дозволеність, забороненість	Обов'язково ... Дозволено ... Заборонено ...
4.	Оцінна (аксеологічна) модальність	Йдеться про оцінку	Гарно ... Погано ... Шкідливим є ...
5.	Логічна модальність	Йдеться про логічний характер предмета, явища, процесу	Логічно необхідно ... Логічно можливо ... Логічно є неможливим, що ...

Як уже згадано, є три види модальності: алетичні, аксіологічні та деонтологічні.

У методології досліджень соціальних комунікацій науковці звертаються до *алетичної модальності*, яку виражено висловленням особистісного ставлення до реальності при вказуванні на необхідність, можливість чи випадковість того, про що повідомляє автор у судженні.

Алетичні модальності можуть бути трьох видів:

- 1) логічної необхідності;
- 2) логічної можливості;
- 3) логічної випадковості.

Кожний із видів алетичної модальності має свої символи у математичній логіці. З метою формалізації, спрощення розуміння і подальшого використання наукової методології під час досліджень соціальних комунікацій далі наведено приклади і їхнє позначення через символи.

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

*Логічна необхідність* у методології досліджень соціальних комунікацій означає, що те, про що йдеться у судженні, є необхідно реальним. У мові висловлюється через слово «необхідно», у математичних символах позначається знаком « $\square$ ». Записується такою формулою:

$$A \rightarrow \square A$$

Читаємо її так: «Реально, що висловлювання  $A$  є необхідним».

*Приклад: Реально, що висловлювання «Британська преса – одна з найбільш поінформованих і авторитетних у світі» є необхідним.*

*Логічна можливість* у методології досліджень соціальних комунікацій означає, що у судженні висловлюється можливість того, про що йдеться. У мові вона виражена словом «можливо», у математиці позначена символом « $\diamond$ ». Записуємо її формулою:

$$A \rightarrow \diamond A$$

Читаємо: «Реально, що висловлювання  $A$  є можливим».

*Приклад: Реально, що висловлювання «Британська преса – одна з найбільш поінформованих і авторитетних у світі» є можливим.*

*Логічна випадковість* у методології досліджень соціальних комунікацій означає, що те, про що повідомляється у судженні, є випадковим. У мові вона виражена завдяки слову «випадково», у символічному записі – знаком « $\Delta$ ». Записуємо так:

$$A \rightarrow \Delta A$$

Читаємо: «Реально, що висловлювання  $A$  є випадковим».

*Приклад: Реально, що висловлювання «Британська преса – одна з найбільш поінформованих і авторитетних у світі» є випадковим.*

*Аксіологічну модальність* у методології досліджень соціальних комунікацій виражено висловленням особистісного ставлення до реальності при вказуванні на оцінку того, про що повідомляють у судженні.

*Приклади:*

– *Діагностування PR-процесів у сфері зв'язків із громадською Україною здійснене гарно.*

– *Г. Гарднер надав високу оцінку внутрішньоособистісному та міжособистісному інтелекту працівників.*

– *За свідченнями Ю. Е. Фінклера, наукове дослідження Г. П. Синоруб є достойним і претендує на присвоєння авторові наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій.*

Аксіологічні висловлювання в методології досліджень соціальних комунікацій мають свою логічну структуру оцінки (LSO), яка складається з таких елементів: суб'єкт оцінки (SO), предмет оцінки (PO), підстава оцінки (OO) та характер оцінки (CO).

У символічному вигляді логічну структуру оцінки можна записати так:

$$LSO = SO + PO + OO + CO$$

*Суб'єктом оцінки* в соціальних комунікаціях називають індивіда чи групу індивідів, які дають оцінку будь-чому.

*Предметом оцінки* в соціальних комунікаціях є той бік об'єкта, який виокремлюється як істотний у процесі оцінювання.

*Підстава оцінки* – це та інформація про предмет та об'єкт оцінки, яку має суб'єкт оцінки: теоретичне чи фактичне знання, володіння технікою, методикою та методологією аналізу.

*Характер оцінки* в соціальних комунікаціях – це висловлення міри негативності чи позитивності ознаки предмета дослідження. Найчастіше характер оцінки виражено словами «гарно», «погано», «байдуже» тощо.

Третім видом модальності, до якої з методологічної точки зору звертаються дослідники соціальних комунікацій, є деонтологічна (нормативна) модальність.

*Деонтична (нормативна) модальність* в методології соціальних комунікацій виражається у судженні обов'язковості та нормативності, заборони чи дозволу на відношення між предметами реальності.

Найчастіше судження з деонтичною (нормативною) модальністю мають слова: «дозволено», «заборонено», «обов'язково», «наказано», «рекомендовано», «вказано», «радимо», «просимо» тощо.

*Приклади суджень з деонтичною (нормативною) модальністю:*

- *Під час досліджень соціальних комунікацій заборонено використовувати закони статистики.*

- *Не рекомендовано вивчати глобалізацію світового новинного дискурсу тільки на прикладі англомовних інтернет-медіа США та Австралії.*

- *Кожний дослідник має право на обрання власного предмета наукового пошуку.*

- *Редакція наукового журналу «Світ соціальних комунікацій» не зобов'язана давати рецензії на статті авторів.*

- Вийдіть геть!
- Прошу слова!
- Намалюйте діаграму.
- Запишіть обов'язково та запам'ятайте закон Гумбольдта-Потебні.

Потебні.

За структурою судження деонтичної (нормативної) модальності в дослідженнях соціальних комунікацій складаються з таких елементів: суб'єкт норми, умови спрямування норми, характер норми та санкція.

Як свідчить Л. М. Сумарокова, *суб'єкт норми* – це вказування на індивіда чи групу індивідів, яким призначено норму.

*Умови спрямування норми* (гіпотеза) вказують на передбачувані умови, при яких норма починає діяти.

*Характер норми* фіксує те, що дозволено чи заборонено, є обов'язковим чи необов'язковим і про що йдеться у нормативному висловлюванні.

*Санкції* – це вказування на покарання, яке буде призначено за невиконання припису, за порушення норми.

Варто зазначити, що у реальних документах (наприклад, паспортах спеціальностей наукової галузі «Соціальні комунікації») не завжди подають всі зазначені структурні елементи деонтичних (нормативних) суджень. Частіше ті структурні елементи, що випускаються і про які йдеться, широко розповсюджені і не потребують формально-словесного вираження. Наприклад, формулу спеціальності 27.00.05 – теорія та історія видавничої справи та редагування – подають у такому формулюванні: «Галузь науки, яка вивчає теорію, історію, методологію, організацію та технологічне забезпечення видавничої діяльності та редагування, їх структурно-функціональні трансформації в умовах електронного середовища». У наведеному судженні деонтичної (нормативної) модальності не тлумачать значення термінів, наприклад, «технологічне забезпечення видавничої діяльності та редагування» або «структурно-функціональна трансформація в умовах електронного середовища». Мають на увазі лексичний зміст згаданих термінів, оскільки серед науковців-фахівців із теорії та історії видавничої справи та редагування значення термінів відоме. Отже, у деонтичних (нормативних) судженнях є необов'язковим тлумачення відомих смислів.

З метою методологічно правильного формування і формулювання деонтичних (нормативних) суджень у дослідженнях соціальних комунікацій необхідно дотримуватися логічних вимог до норми.

*Логічні вимоги до норми:*

1. Усі структурні елементи норми повинні бути наявними й точними.

2. Уся інформація про суб'єкт норми; про реальні дії людей, які регулюються згаданою нормою; про умови та обставини, за яких дії здійснюються, має бути істинною та достатньо повною.

3. Усі елементи норми не повинні суперечити одне одному.

Звертаючись до деонтичних (нормативних) суджень під час дослідження соціальних комунікацій, варто знати про те, що часто науковці використовують *аксіоми* як безсуперечні істини. Вивчаючи процеси і явища соціальних комунікацій, треба пам'ятати про деякі поширені аксіоми.

*Аксіоми деонтичної (нормативної) модальності*

- Жодна дія не може бути одночасно і дозволеною, і забороненою.

- Те, що є байдужим, не є ані обов'язковим, ані забороненим.

- Дія є обов'язковою тільки у тому випадку, коли заборонено утримуватися від неї.

- Дія є дозволеною, коли вона не є забороненою.

- Від того, що заборонено, треба обов'язково утримуватися.

Далі аналізують третій, четвертий та п'ятий види модальності, які називаються логічними операціями з судженнями і до яких звертаються дослідники соціальних комунікацій.

Розрізняють три логічні операції модальності:

1) перетворення;

2) обернення;

3) протиставлення.

*Перетворення* – це логічна операція, яка дозволяє від стверджувального судження перейти до заперечувального, і навпаки.

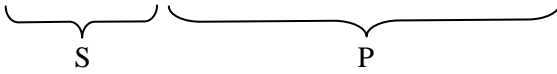
Перетворення можна виразити формулою:

$$(S-P) = (S-\text{не} - (\text{не}-P))$$

*Приклад* операції перетворення:

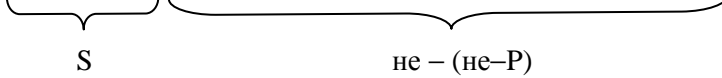
Судження А:

*Моніторинг ЗМІ привертає увагу науковців*



Судження А після перетворення:

*Моніторинг ЗМІ не може не привертати увагу науковців*



Загальностверджувальне судження при перетворенні переходить у судження загальнозаперечувальне і може бути виражене такою формулою:

$$S+AP- \rightarrow S+T \text{ не-}P+ \quad (1),$$

де: знак «+» означає розподіленість терміна, знак «-» означає нерозподіленість терміна.

*Приклад до формули (1):*

*Будь-який вид ЗМІ – засіб масової комунікації.*

*Жодний вид ЗМІ не є не засобом масової комунікації.*

Наступну формулу (2) слід виразити так:

$$S+EP+ \rightarrow S+A \text{ не-}P- \quad (2),$$

У формі речень-суджень формула (2) висловлюється так, *наприклад:*

*Жоден журналіст не є фізиком.*

*Усі фізики є не журналістами.*

Обернення під час формулювання думок і висновків у методології досліджень соціальних комунікацій розглядають як логічну операцію, що дозволяє від судження, у якому на першому місці стоїть суб'єкт, а на другому – предикат, перейти до судження, у якому на першому місці стоїть предикат, а на другому – суб'єкт.

Було судження у формі S–P, завдяки оберненню стає судження у формі P–S.

Основною вимогою операції обернення є незмінювання змісту судження, що можливо за умови, коли розподіленість термінів у судженні не змінюється.

Наприклад, загальностверджувальне судження S+AP– може прийняти такий вигляд після обернення: P–S+.

*Приклад:*

S+AP– *Усі журналісти мають вищу освіту.*

P–S+ *Дехто з тих, хто має вищу освіту, – журналісти.*

Частково стверджувальне судження  
типу: P-IS+

Загальностверджувальне судження S+AP+ може прийняти такий вигляд:

P+–S+.

*Приклад:*

S+AP+ *Кожний редактор має право на свободу слова.*

P+–S+ *Усі, хто мають право на свободу слова, – редактори.*

Загальностверджувальне судження  
типу: P+AS+

Протиставлення предиката під час формулювання думок і висновків у методології досліджень соціальних комунікацій розглядають як логічну операцію, що дозволяє перетворити судження типу S–P на судження типу S–не–P, після чого обернути його у судження типу «не–P–S».

Загальностверджувальне судження при операції протиставлення предиката переходить у загальнозаперечувальне за такою схемою: SAP→Sene-P→не–PES.

*Приклад*

1. SAP: *Кожен законослухняний журналіст знає про комунікаційну дифамацію.*

2. Sene-P: *Жоден законослухняний журналіст не знає про комунікаційну дифамацію.*

3. не-PES: *Жоден із тих, хто не знає про комунікаційну дифамацію, не є законослухняним журналістом.*

Отже, логічні операції модальності (перетворення, обернення, протиставлення), до яких звертаються з методологічної точки зору дослідники соціальних комунікацій, виконують уточнювальну функцію на синтаксичному та лексичному рівнях формулюванню та презентації думок науковця.

### 2.2.7. Аналогія

В історії людства часто робилися винаходи при порівнянні певних явищ між собою. Тобто люди переносили знання про один вже відомий предмет на інший – невідомий предмет. Такий процес



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

прийнято називати аналогією. У дослідженнях соціальних комунікацій метод аналогій використовують досить часто.

Аналогія (від грец. *analogia* – відповідність) – це подібність, схожість загалом відмінних предметів, явищ за певними властивостями, ознаками або відношеннями.

Аналогія, за тлумаченням В. І. Кириллова та А. О. Старченка, – це розумовий процес чи недемонстративний умовивід про належність деякому об'єкту певної ознаки (властивості або відношення), яка називається переносимою, на основі схожості в істотних ознаках з іншим об'єктом, що дозволяє знаходити схожість різного.

*Аналогія* в дослідженнях соціальних комунікацій – це метод пошуку схожих або несхожих ознак між двома чи більше предметами вивчення і формулювання на основі винайденої схожості чи несхожості висновків.

Метод аналогії можна висловити за допомогою символів.

1. Предмет А має властивості а, b, р.
2. Предмет Y має властивості а, b.
3. Імовірно, предмет Y також має властивість р.

*Приклад 1:*

1. *У праці В. Ф. Іванова комунікація – це наявність обміну інформацією двох чи більше учасників комунікації, повідомлення та дискурсу.*

2. *У праці В. В. Різуна комунікація – це наявність обміну інформацією, двох чи більше учасників комунікації та повідомлення.*

3. *Імовірно, у праці В. В. Різуна у визначенні комунікації може згадуватися про наявність дискурсу.*

За трьома суттєвими ознаками (*обмін інформацією, два чи більше учасників комунікації, повідомлення*) дослідник порівнює дві праці В. Ф. Іванова і В. В. Різуна. Саме наявність таких ознак комунікації як: «*обмін інформацією*», «*два чи більше учасників комунікації*», «*повідомлення*» дають дослідникові поштовх для формулювання висновку про те, що, як і в праці В. Ф. Іванова, де є і *обмін інформацією, два чи більше учасників комунікації, повідомлення*, у визначенні комунікації у праці В. В. Різуна може бути ознака «*дискурс*».

Ступінь помилковості такого висновку може бути досить високим.

Часто аналогію як вид умовиводу під час формулювання думок у дослідженнях соціальних комунікацій називають таким, що веде до неточних висновків.

*Приклад 2:*

1. *Журнал є засобом масової комунікації і скріпки, якими скріплюють сторінки, є у журналі.*

2. *Скріпки, якими скріплюють сторінки у журналах, часто іржавіють.*

3. *Отже, сторінки журналу теж іржавіють.*

Велику частку помилковості у такому висновку можна пояснити тим, що сторінки будь-якого друкованого журналу як засобу масової комунікації, справді скріплені за допомогою металевих скріпок. Вони іноді іржавіють. Від іржі псуються сторінки журналів. Таке буває не часто, але буває. Отже, далеко недоведеним є той факт, що сторінки журналу не іржавіють.

У прикладі з іржавими сторінками журналу порушено основну вимогу умовиводу за аналогією: аналогія будується тільки на основі порівняння суттєвих ознак. Для умовиводу про іржавий журнал вказана ознака «іржаві сторінки», яка не є суттєвою ознакою для журналу. Він може бути не друкованим, а, наприклад, електронним, хореографічним, пісенним. Отже, у прикладі вказана несуттєва ознака предмета порівняння й тому сам приклад є некоректним, і висновок у ньому буде некоректним (чи неправильним).

Методологія досліджень соціальних комунікацій (як і традиційна логіка) пропонує розглядати два види аналогії:

1) аналогія властивостей;

2) аналогія відносин.

*Аналогія властивостей* у дослідженні соціальних комунікацій – це метод, що передбачає умовивід за аналогією, у якому роль ознаки, що переноситься, грає ознака-властивість.

В аналогії властивостей при порівнянні двох або більше предметів з одного предмета на інший переносяться тільки ті ознаки, які можна віднести до властивостей.

За допомогою символів метод аналогії властивостей треба виразити так:

1. Предмет А має властивості а, b, e, p.
2. Предмет Y має властивості a, b, e.
3. Імовірно, предмет Y також має властивість p.

Приклад:

1. *Періодичні фахові наукові журнали (А) мають такі властивості як: науковість (а); рубрикацію, що відповідає вимогам ДАК України (b); наявність новизни (e) і місце у переліку наукових фахових видань України, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (p).*

2. *Періодичні наукові журнали (Y) мають такі властивості як: науковість (а); рубрикацію, що відповідає вимогам ДАК України (b); наявність новизни (e).*

3. *Імовірно, періодичні наукові журнали (Y) мають властивість «місце в переліку наукових фахових видань України, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук (p)».*

Висновок у такому умовиводі є помилковим, тому що тільки періодичні фахові наукові журнали мають ознаку «місце в переліку наукових фахових видань України, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук». Періодичні наукові журнали такої ознаки не мають.

У дослідженнях соціальних комунікацій трапляються і правильні умовиводи аналогії властивостей.

Приклад:

1. *Бібліографознавство (А) послуговується історико-порівняльним методом (а), методом міжнародного порівняння (країнознавчий метод) (b), методом історичної аналогії (e) та генеалогічним методом (p).*

2. *Бібліотекознавство (А) послуговується історико-порівняльним методом (а), методом міжнародного порівняння (країнознавчий метод) (b) та методом історичної аналогії (e).*

3. *Імовірно, бібліотекознавство (А) також послуговується генеалогічним методом (p).*

Такий висновок з умовиводу за аналогією властивостей у дослідженнях соціальних комунікацій є повністю істинним.

У дослідженнях соціальних комунікацій науковці звертаються до методу *аналогії відносин*, що в логіці В. І. Кириллов та А. О. Старченко визначають як «умовивід за аналогією, у якому ознакою, що переноситься, є ознака-відношення».

Часто аналогію відносин використовують у науці, техніці, підприємницькій практиці при моделюванні. Вивчаються відносини між параметрами моделі і потім переносяться на реальний об'єкт чи процес.

За допомогою символів аналогію відносин варто виразити так:

1. *Предмет А знаходиться у відношенні К до предмета В.*
2. *Предмет М знаходиться у відношенні  $K_x$  до предмета Т.*
3. *Імовірно, властивості, що лежать в основі відносин А до В і М до Т, також подібні.*

*Приклад:*

*Ігор (А) є братом (К) неповнолітньої Марини (В).*

*Стас (М) як колишній вихованець дитячого будинку виховує ( $K_x$ ) сироту-неповнолітню Надію(Т), яка також є вихованкою дитячого будинку.*

*Імовірно, з огляду на схожість відносин «брат-сестра» (К), що існують між Ігорем (А) та Мариною (В), відносини ( $K_x$ ) між Стасом (М) і Надією (Т) також подібні.*

Використання методу аналогії відносин під час вивчення соціальних комунікацій може спиратися на теорію подібності, яка відома в галузі економіки.

1961 року шведський економіст Стефан Ліндер сформулював теорію подібності країн, яку називають також теорією попиту. Ліндер стверджував, що відмінності в рівні насиченості чинниками між країнами не завжди відображають міжнародні обміни. Насправді безліч обмінів часто відбувається між країнами, які мають схожі чинники.

З огляду на теорію подібності, розрізняють два види аналогії:

- 1) точна аналогія;
- 2) неточна аналогія.

*Точна аналогія* – це умовивід за аналогією, у якому є необхідний зв'язок ознак схожості з ознакою, що переноситься.

Схема точної аналогії така:

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

1. Предмет А має ознаки Р, К, С, Е.

2. Предмет В має ознаки Р, К, С.

3. Якщо із сукупності ознак Р, К, С із необхідністю випливає ознака Е,

предмет В обов'язково має ознаку Е.

*Приклад:*

*Комп'ютер «Пентіум» має оперативну пам'ять 140 мб (Р), кольоровий монітор (К), DVD-плеєр (С) та CD-ROM (Е).*

*Комп'ютер «Целерон» (В) має оперативну пам'ять 140 мб(Р), кольоровий монітор (К), DVD-плеєр (С).*

*Якщо наявність оперативної пам'яті 140 мб (Р), кольорового монітору (К) та DVD-плеєра (С) передбачає наявність CD-ROM (Е), то комп'ютер «Целерон» має CD-ROM (Е).*

Як видно з прикладу, висновок в умовиводі точної аналогії автоматично веде до твердження про наявність четвертої ознаки (Е) у предмета В саме тому, що з необхідністю наявність такої ознаки диктує предмет А.

*Неточна аналогія*, на думку В. І. Кириллова та А. О. Старченка, є таким уподібненням, «коли залежність між схожими ознаками й ознаками, що переносяться, мислиться як необхідна лише з більшим або меншим ступенем імовірності».

Якщо умовно хибне судження позначити «0», а істинне – «1», то ступінь імовірності виводів Р(а) за неточною аналогією лежить в інтервалі від 1 до 0, або:

$$0 < P(a) < 1$$

У дослідженнях соціальних комунікацій неточну аналогію використовують у висновках, які стосуються досліджень суспільно-історичних умов, моделювання реальних об'єктів.

Висновок за неточною аналогією не має доказової бази. Такий висновок – бездоказовий. Неточну аналогію можна порівняти зі здогадкою.

Розрізняють також такі види аналогії: наукову і популярну.

Аналогія в дослідженнях соціальних комунікацій поєднується з моделюванням.

### 2.2.8. Моделювання

Одним з активно використовуваних нині в дослідженнях соціальних комунікацій є метод моделювання.

*Моделювання*, за визначенням науковців, є методом дослідження визначених об'єктів шляхом відтворення її характеристик на іншому об'єкті – моделі, яка є аналогом того або іншого фрагмента дійсності (речового або розумового) – оригіналу моделі. Варто зазначити, що науковець, який вивчає процеси та явища соціальних комунікацій, має враховувати те, що між моделлю й об'єктом, який цікавить дослідника, повинна існувати певна подібність – у фізичних характеристиках, структурі, функціях тощо.

*Моделювання* – це метод дослідження явищ і процесів, що ґрунтується на заміні конкретного об'єкта досліджень (оригіналу) іншим, подібним до нього (моделлю).

Згідно з енциклопедією, моделювання – це «особливий пізнавальний процес, метод теоретичного та практичного опосередкованого пізнання, коли суб'єкт замість безпосереднього об'єкта пізнання вибирає чи створює схожий із ним допоміжний об'єкт, що заміщує (модель), досліджує його, а здобуту інформацію переносить на реальний предмет вивчення».

Слід розрізнявати терміни «моделювання» і «модель». Якщо моделюванням називають процес створення та дослідження моделі, моделлю слід називати засіб, форму наукового пізнання.

Моделлю, на думку авторів, називають об'єкт будь-якої природи (це може бути продукт, створений подумки або реальний продукт), який, відображаючи чи відтворюючи в певному смислі об'єкт дослідження, здатний замінювати його так, що вивчення моделі дає нову інформацію про об'єкт.

Особливого значення метод моделювання набуває в соціальному управлінні, у дослідженнях соціальних комунікацій у межах методології системного підходу, хоча моделювання використовується в дослідженні систем різної природи.

На думку дослідників, характерною рисою цього методу є можливість відтворення моделлю відповідно до завдань дослідження тих чи інших істотних властивостей, структур досліджуваного об'єкта, взаємозв'язків і відносин між його елементами. У процесі пі-

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

знання модель іде за об'єктом, будучи певною його копією, а у відтворенні, конструюванні, навпаки, об'єкт йде за моделлю, копіюючи її.

Під час вивчення процесів соціальних комунікацій модель відбиває існуючий рівень пізнання про досліджуваний об'єкт. Варто пам'ятати про те, що в науці не існує універсальних моделей, які б відтворювали на 100% реальний світ. Але треба знати, що кожна модель, утворена фахівцем певної наукової галузі, певної спеціальності відтворює ті властивості об'єкта реальності, на вивчення яких спрямований науковий інтерес. На думку авторів енциклопедії, до моделювання звертаються тоді, коли досліджувати реальний об'єкт з усією сукупністю його властивостей недоцільно, незручно або неможливо.

Метод моделювання розгалужується на два основних види: фізичне і математичне.

У дослідженнях соціальних комунікацій фізичне моделювання майже не використовується, оскільки воно модель і об'єкт, які моделюються, повинні мати однакову фізичну природу. Соціальні процеси і явища, що відбуваються під час комунікації, не можуть мати однакову фізичну природу з моделлю, оскільки модель комунікації – більше мисленнева модель. Часто таку мисленневу модель дослідники соціальних комунікацій відображають у формі схеми або вербального опису.

Математичним моделюванням називають процес утворення копії реальності завдяки системі математичних співвідношень, які описують певні технологічні, економічні чи інші процеси. У дослідженнях соціальних комунікацій математичне моделювання майже не використовують.

Процес моделювання включає три елементи: суб'єкт (дослідник), об'єкт дослідження; модель, що визначає (що відображає) відношення суб'єкта, який пізнає, і пізнаваного об'єкта.

Перший етап побудови моделі передбачає наявність деяких знань про об'єкт-оригінала. Пізнавальні можливості моделі зумовлені тим, що модель відображає (відтворює, імітує) якісь істотні межі об'єкта-оригінала. Питання про необхідну і достатню міру схожості оригінала та моделі вимагає конкретного аналізу. Очевидно, модель втрачає свій смисл і у випадку тотожності з оригіналом (тоді

вона перестає бути моделлю), і у разі надмірної відмінності від оригінала. Отже, вивчення одних сторін модельованого об'єкта здійснюється ціною відмови від дослідження інших сторін. Тому будь-яка модель заміщує оригінал лише в строго обмеженому смислі. Виходить, що для одного об'єкта можуть бути побудовані декілька «спеціалізованих» моделей, що концентрують увагу на певних сторонах досліджуваного об'єкта або ж які характеризують об'єкт із різною мірою деталізації.

На другому етапі модель виступає як самостійний об'єкт дослідження. Однією з форм такого дослідження є проведення «модельних» експериментів, при яких свідомо змінюються умови функціонування моделі і систематизуються дані про її «поведінку». Кінцевим результатом цього етапу є безліч (сукупність) знань про модель.

На третьому етапі здійснюється перенесення знань від моделі на оригінал – формування безлічі знань. Одночасно відбувається перехід від «мови» моделі на «мову» оригінала. Процес перенесення знань здійснюється за певними правилами. Знання про модель мають бути скоректовані з врахуванням тих властивостей об'єкта-оригінала, які не знайшли віддзеркалення або були змінені при побудові моделі.

Четвертий етап – практична перевірка отриманих за допомогою моделей знань і їхнє використання для побудови узагальнювальної теорії об'єкта, його перетворення або управління ним.

Моделювання – циклічний процес. Це означає, що за першим чотирьохетапним циклом може йти другий, третій і так далі. При цьому знання про досліджуваний об'єкт розширюються й уточнюються, а вихідна модель поступово удосконалюється. Недоліки, виявлені після першого циклу моделювання, обумовлені малим знанням об'єкта або помилками в побудові моделі, можна виправити в подальших циклах».

Прикладом реалізації методу моделювання є теоретична загальна модель ЗМІ, яку запропонував 2004 року О. М. Холод (див. рис. 13 далі). Детальний опис моделі можна знайти в його монографії «ЗМІ та імідж політиків».





Рис. 13. Теоретична загальна модель ЗМІ, запропонована 2004 року О.М. Холодом

Отже, метод моделювання, на підставі його детальної характеристики, активно може застосовуватися в дослідженнях соціальних комунікацій.

### **2.2.9. Класифікація**

У дослідженнях соціальних комунікацій активно використовують *метод класифікації*, суть якого полягає в групуванні предметів дослідження за певними ознаками, визначеними науковцем.

*Класифікацію* визначають як систему угруповання об'єктів дослідження або спостереження відповідно до їх загальних ознак.

На думку авторів визначення, яке пропонує сайт [lp.edu.ua](http://lp.edu.ua), *класифікацією* слід називати розподіл тих або інших об'єктів по групах (відділах, розрядах) залежно від їхніх загальних ознак з фіксацією закономірних зв'язків між класами об'єктів в єдиній системі конкретної галузі знань.

Дослідники називають класифікацію процесом упорядкування інформації. Відбувається класифікація під час вивчення нових предметів дослідження. Щодо кожного предмета вивчення формулюється висновок про те, чи належить він до вже встановлених класифікаційних груп. На думку авторів, у деяких випадках при цьому виявляється необхідність перебудови системи класифікації.

За даними енциклопедії, однією з перших класифікацій у природознавстві була класифікація рослинного і тваринного світу видатного шведського натураліста Карла Ліннея (1707–1778), який для представників живої природи встановив певну градацію: клас, загін, рід, вид, варіація.

У дослідженнях соціальних комунікацій метод класифікації використовується активно, особливо, коли науковець вивчає теоретичні питання. Під час вивчення практичних питань, після накопичення конкретного матеріалу, дослідник опиняється перед необхідністю групувати зібрані факти. Метод класифікації тоді стає в нагоді. Прикладом залучення методу класифікації у дослідженнях соціальних комунікацій слугує групування предметів вивчення за критеріями розгалуження соціально-комунікаційних технологій, які запропонував О. М. Холод у підручнику «Комунікаційні технології» (К., 2012. – С. 23).

Усі соціально-комунікаційні технології слід називати маніпулятивними. Оскільки до маніпуляції, відповідно до теорії інмутації су-

спільства, слід зарахувати мутацію й інмутацію, ці технології варто диференціювати на два типи, а саме:

- 1) соціально-комунікаційні технології мутації;
- 2) соціально-комунікаційні технології інмутації.

Соціально-комунікаційними технологіями *мутації* треба вважати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму. Серед технологій мутації такі:

- 1) додавання;
- 2) модифікації;
- 3) трансформації.

До соціально-комунікаційні технологій *інмутації* треба зарахувати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму. Технології інмутації мають три види:

- 1) змінення;
- 2) руйнування;
- 3) знищення.

Автор здійснив групування предмета дослідження (критерії розгалуження соціально-комунікаційних технологій) за ознаками «позитивне»/«нейтральне»/ «негативне».

Отже, метод класифікації є продуктивним як спосіб упорядкування досліджуваних явищ і процесів, що відбуваються в соціальних комунікаціях.

### ***2.2.10. Метод сходження від абстрактного до конкретного***

У дослідженнях соціальних комунікацій науковці послуговуються методом сходження від абстрактного до конкретного, який передбачає процес переходу дослідника від ідеї, уяви про предмет вивчення до аналізу й синтезу реального предмета (явища, процесу). «Дія» згаданого методу фіксується в тому, що під час дослідження певного предмета (явища, процесу) науковець абстрагується від реальності і подумки «бачить» предмет пошуку. При цьому науковець відволікається від реальних зв'язків, які роблять предмет аналізу таким. «Малюючи» у думках те, що буде вивчати, дослідник пророчує можливий процес зародження, становлення або розвитку предмета вивчення. Пізніше, коли потрібно верифікувати (практично

перевірити) отримані у думках передбачення, науковець «переходить» (звертається) до конкретних дій у реальності. Вчений, мисленево спланувавши дослідження, утворивши його план, схему, переносить на реальність свої плани. При цьому дослідник враховує ті реальні зв'язки досліджуваного предмета, які й роблять предмет вивчення таким.

На думку авторів тексту, розміщеного на сайті [Ip.edu.ua](http://Ip.edu.ua), завданням теоретичного пізнання є презентація цілісного образу досліджуваного явища. Дослідники стверджують, що будь-яке явище дійсності можна представити як конкретне переплетення найрізноманітніших зв'язків. Теоретичне дослідження виділяє ці зв'язки і відображає їх за допомогою певних наукових абстракцій. Але простий набір таких абстракцій ще не дає уявлення про природу явища, про процеси його розвитку. Рецептот утворення такого уявлення є відтворення в думках об'єкта у всій повноті і складності його зв'язків і відносин. Такий прийом дослідження називають методом сходження від абстрактного до конкретного. Застосовуючи його, продовжують автори сайту, дослідник спочатку знаходить головний зв'язок об'єкта, якого вивчають, а потім, крок за кроком простежуючи, як він видозмінюється в різних умовах, відкриває нові зв'язки, встановлює їх взаємодію і таким шляхом відображає у всій повноті сутність явища, яке вивчають.

Оскільки метод переходу від абстрактного до конкретного є законом відображення дійсності у мисленні, способом, за допомогою якого мислення засвоює конкретне, відтворює його духовно як конкретне, автор тексту, поданого на сайті [pidruchniki.ws](http://pidruchniki.ws), пропонує вважати, що згаданий метод пізнання іде двома самостійними етапами: на першому етапі здійснюється перехід від чуттєво-конкретного до абстрактного означення. На думку автора, єдиний об'єкт розчленовується й описується за допомогою множини понять, які відображають окремі сторони і властивості об'єкта. Усякий процес мислення починається з утворення хоча б елементарних абстракцій, у яких узагальнено окремі ознаки, властивості предметів матеріального світу. На другому етапі пізнання здійснюється процес переходу від абстрактного до конкретного. Суть цього процесу полягає в тому, що проходить рух думки від абстрактних визначень об'єкта до всебічного, багатогранного знання об'єкта, який вивчають. На цьому етапі, як вважає автор, проходить зв'язок окремих абстрактних

понять у цілісну систему, яка відображає об'єктивну розчленованість досліджуваного об'єкта і єдність його сторін. На цьому етапі ніби відновлюється вихідна цілісність об'єкта.

Згідно з роздумами автора, рух пізнання від чуттєво-конкретного через абстрактне до конкретного, відтворюючи об'єкт у сукупності абстракцій, є виявленням закону заперечення заперечення. Абстрактне є запереченням чуттєво-конкретного. Конкретне в мисленні є запереченням абстрактного і поверненням до конкретного на більш високому рівні. За даними філософів, метод переходу від абстрактного до конкретного вперше сформулював Гегель.

Дослідники визначають призначенням методу сходження від абстрактного до конкретного – бути методом побудови наукової теорії. Згаданий метод має світоглядну установку на розмежування різних аспектів у пізнанні матеріальних систем, на вичленування сутності і її проявів, на розуміння їх єдності і розкриття цих предметів перед суб'єктом спочатку на рівні явищ, потім на рівні фрагментарної і врешті-решт цілісної сутності.

Метод сходження від абстрактного до конкретного може мати різні форми свого застосування залежно від специфіки предмета науки і різної повноти своєї реалізації. В одних випадках це дозволяє виявити вихідну «клітинку» дослідження, в інших – і «клітинку», і «першопочаток».

У дослідженнях соціальних комунікацій метод сходження від абстрактного до конкретного залучається під час формулювання науковцем проблеми, до вивчення якої він звертається. Прикладом вербальної фіксації застосування методу сходження від абстрактного до конкретного є дослідження науковцем розрізнення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив», яке подано далі.

### *Приклад*

#### *Постановка проблеми дослідження*

Серед дослідників галузей «Соціальні комунікації» і «Психологія» нині відбувається досить серйозна плутанина у розумінні понять «масова комунікація» і «психологічний вплив». Психологи О. Доценко та М. Присяжнюк – прихильники ототожнення згаданих понять – не вбачають необхідності розмежовувати функції масової комунікації і психологічного впливу, доводячи порівняння понять до аналізу банального впливу з метою маніпуляції. Фахівці із соціаль-

них комунікацій (наприклад: В. Іванов, З. Партико, В. Різун) вбачають необхідність різного тлумачення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив», обґрунтовуючи таку різницю і різними функціями, і різними соціальними задачами аналізованих явищ.

Проблема в тому, що те, як по-різному тлумачать фахівці різні наукові галузі, вносить плутанину і додає невпевненості дослідникам у власній слушності.

*Актуальність дослідження.*

1) поняття «масова комунікація» і «психологічний вплив» не порівнювали раніше у межах наукової галузі «Соціальні комунікації» і тому, на наш погляд, зараз це актуально;

2) певна кількість дослідників – фахівців із соціальних комунікацій – не вбачають різниці між поняттями «масова комунікація» і «психологічний вплив»; інші дослідники, навпаки, розрізняють обговорювані поняття; тож актуальною є спроба диференціювати й нашу позицію щодо проблеми.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій*

Треба визначитись із тим, що далі варто називати «масовим». Передусім згадаймо про те, якщо вживається термін-визначення «масовий», отже, є термін протилежного значення, тобто «той, що не є масовим». Автори електронної енциклопедії «Словопедія» вважають, що термін «масовий» використовують у розумінні: «1. Той, що стосується широких верств населення. *Масовий робітничий рух, масовий читач, масовий підхід.* 2. Що виробляється у великій кількості. *Масовий випуск кольорових телевізорів*». Разом із тим, автори енциклопедії вказують на те, що тільки термін «численний» передає поняття «наявний у великій кількості». Наприклад, *численні військові підрозділи, численна аудиторія*. Логічним буде зазначити, що слово з протилежним щодо терміна «масовий» значеннями «немасовий» можна тлумачити як: той, що не стосується широких верств населення; що виробляється у невеликій кількості.

Надалі термін «масовий» вживають стосовно характеру інмутації суспільства. Разом із значенням терміна «інмутація суспільства» вживають і термін «масовий» в основному значенні – «той, що стосується широких верств населення». Отже, термін «масовий характер інмутації суспільства» визначено як *процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних*

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

*систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали або такі, що стосуються широких верств населення.*

Відомо, що визначення «масовий» стосується й терміна «комунікація». Часто їх уживають разом як одне семантичне ціле. У суспільній практиці, в університетах, на факультетах журналістики, політології і соціології, історії та культурології, філософії і права під час викладання лекцій активно вживають термін «масова комунікація». Отже, слід визначити точно його значення.

Мета дослідження полягає у тому, щоб на базі порівняльного аналізу понять «масова комунікація» і «психологічний вплив» описати конкретні характеристики аналізованих понять і визначитися з позицією щодо їхнього ототожнення чи диференціації.

*Виклад основного матеріалу.*

Масовою комунікацією (англ. *mass communication*) пропонують називати «процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа (ЗМК).

На думку В. В. Різуна, масова комунікація є процесом встановлення і підтримання контактів у суспільстві, процесом його консолідації. Такий процес – це:

- 1) виробництво інформації як продукції;
- 2) використання технічних засобів для виробництва інформації;
- 3) масова культура (масові цінності, типові для мас моделі поведінки), яка обумовлює цілі виробництва інформаційної продукції, її призначення;

4) специфічне суспільне середовище, для якого властива масова культура і яке є замовником та споживачем інформаційної продукції.

Автор вважає, що масова комунікація, яка за характером і формою є видом соціальної взаємодії, а саме впливом комуніканта на комуніката у вигляді маси, завжди обслуговувала й обслуговує штучні маси. І додає: масова комунікація має пряме призначення – «бути середовищем для лідерів, вожаків, керівників, які «працюють» з народом, звісно, «заради його блага та процвітання!»». В. В. Різун стверджує, що через останнє «масова комунікація виступає особливою формою соціального регулювання і є окремим видом соціальних комунікацій». Термін «масова комунікація» частіше вживають в однині, але іноді трапляється термін «масові комунікації» (наприклад, С. Квіт вживає термін у множині). На думку дослідника, під

масовими комунікаціями розуміють складний процес представлення і взаємодії через мас-медіа поглядів та інтересів різних соціальних верств суспільства.

Поняття «масова комунікація» одна група дослідників ототожнює з поняттям «масова інформація» (наприклад, С. Квіт), інші розгалужують згадані поняття і вважають, що масова комунікація включає в себе поняття «масова інформація» (наприклад, В. Іванов, О. Коновець, В. Різун, О. Холод).

Зокрема, В. Іванов пропонує називати масовою комунікацією «процес збирання, обробки й розповсюдження соціальної інформації (тобто інформації позагенетичної, семантичної, яка фіксується в знаках) за допомогою спеціальних каналів (преса, радіо, телебачення, відео, кіно й т. ін.) на велику аудиторію, що розташована на різних місцях». Певна група дослідників ототожнює поняття «масова комунікація» і «масова інформація». Тому підлягають ототожненню й поняття «засоби масової комунікації» (ЗМК), і «засоби масової інформації» (ЗМІ).

ЗМК, на думку авторів сайту [www.br.com.ua](http://www.br.com.ua), а також за визначенням Г. Почепцова, є «спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-яким особам за допомогою спеціального технічного інструментарію». До ЗМК належать друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі – усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію.

Н. Даниленко, а також М. Назаров, вважають, що «засоби масової комунікації є соціальним інститутом, який регулює цей процес». Ф. Шарков пропонує вважати засоби масової комунікації такими, що використовуються для означення засобів масової інформації (комунікацій), і включає до їхнього складу пресу, кіно, телебачення, аудіо й відеокасети, плакати тощо. У свою чергу, соціолог Т. Науменко розгалужує поняття «комунікація» і «інформація», що зумовлює необхідність розгалуження й понять «масова комунікація», «засоби масової комунікації», – з одного боку, та поняття «масова інформація» і «засоби масової інформації», – з іншого. Автор, вважає, що «поняття «інформація» і «комунікація» не тотожні і навіть не перетинаються, вони характеризують комунікативний процес з



різних боків». Дослідник наголошує: інформація існує практично повсюди – як у природі, так і в соціумі. Вона існує незалежно від волі людини. Комунікація є суто соціальним явищем і реалізується завдяки різним видам інформації.

Слід занотувати, що поняття «комунікація» і «спілкування» іноді розрізняють (наприклад, О. Філатова). Автор вважає, що причиною такого розгалуження є переклад з англійської мови, де відбувається зсув двох рівнів мовної комунікації – лінгвістичного (який включає висловлювання, що функціонують у галузі розмовного мовлення) і металінгвістичного (який включає терміни спеціальних мов різних наук). Варто зауважити, що з психолінгвістичної точки зору поняття «мови» і «мовлення» є різними, і їхня плутанина тягне за собою априорі помилкові висновки, що й робить дослідниця.

Повертаючись до пошуку витоків поняття «масова комунікація», треба звернутися до думки соціолога А. Черних, яка зауважує, що «складність чіткого, тобто наукового, вживання поняття «масова комунікація» пов'язана з великою кількістю конотацій (смислів), якими навантажений кожний із складників терміна. Термін «комунікація», вважає А. Черних, досі не має загальноприйнятого визначення, хоча нині більшість дослідників приймають дефініцію, яку запропонував керівник Анненберзької школи (США) професор Дж. Гербнер, – «соціальна інтеракція за допомогою повідомлення».

Алла Черних пропонує власне визначення поняття «масові комунікації», а саме: «процес передавання інформації великим групам людей за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа (mass-media) або засобів масової інформації». Варто зауважити, що А. Черних пропонує визначення поняття «масова комунікація» з позицій соціолога, або, як занотовує сама авторка: «використаний автором підхід може визначатися як соціально орієнтований». Саме тому дослідникам соціальних комунікацій можна взяти до уваги запропоновану дефініцію.

Визначити масовий характер інмутації дослідникові допоможе перелік характеристик масової комунікації, який запропонували А. Флейшер (A. Fleischer), А. Василевецький і Г. Почепцов.

По-перше, автори розглядають масові комунікації як особливий тип комунікації. По-друге, характеризують масові комунікації як такі, що мають специфічний набір ознак.

Зокрема, дослідник А. Флейшер пропонує виокремити такі ознаки масової комунікації:

- 1) повідомлення спрямовуються на велику, гетерогенну, анонімну аудиторію;
- 2) повідомлення передаються публічно, досягають аудиторії одночасно, є нестійкими;
- 3) комунікатор оперує всередині складної організації, яка потребує витрат.

Враховуючи характеристики особистісної комунікації, які запропонував А. Василевецький, дослідник пропонує формулювати характеристики масової комунікації таким чином (продовжуючи список А. Флейшера):

- 1) під час здійснення масової комунікації не включаються декілька почуттів, що не дає можливості перехресної перевірки інформації, яку повідомляють;
- 2) не виникає миттєвого зворотного зв'язку.

Позиція Г. Почепцова щодо характеристик інструментарію масової комунікації дозволяє ще раз доповнити перелік характеристик масових комунікацій такими пунктами:

- 1) спрощення пропонованого продукту, який розрахований на «більш занижені реакції» аудиторії;
- 2) утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії;
- 3) притягування цільових сегментів аудиторії за рахунок їхнього «виховання».

Після узагальнення думок А. Флейшера, А. Василевецького й Г. Почепцова варто сформулювати остаточний трансформований перелік основних характеристик масових комунікацій, що дасть змогу нівелювати їх як дефініцію для переходу до пояснення масового характеру інмутації суспільства.

*Характеристики масової комунікації* (спроба трансформованої дефініції):

- 1) вид комунікації (хоча можна не погодитися з тим, що масова комунікація вважається видом комунікації);
- 2) гетерогенність (однотипність);
- 3) анонімність;
- 4) публічність під час транслявання;
- 5) одночасність у досягненні адресата;

- 6) нестійкий характер;
- 7) висока витратність трансляції повідомлень;
- 8) неможливість перевірити інформацію;
- 9) відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку (ніхто не фіксує, не бачить реакції і почуттів аудиторії, яка перебуває вдома, сам на сам з телеприймачем, друківаним ЗМІ або інтернетом);
- 10) спрощеність продукту масової комунікації;
- 11) утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії;
- 12) «виховання» аудиторії;
- 13) притягування цільової аудиторії.

Повертаючись до першого пункту дефініційної характеристики масових комунікації, за якою масова комунікація вважається видом комунікації, варто не погодитись з нею. Масову комунікацію не можна вважати видом комунікації з однієї простої причини. Комунікація передбачає зворотний зв'язок. Масова комунікація, ознаки якої наводяться раніше, не відповідає згаданій ознаці «наявність зворотного зв'язку». Ані телебачення, ані друківане періодичне видання не мають можливості, зафіксувавши реакцію аудиторії, таким самим чином миттєво відреагувати. Наприклад, сайт інтернету автоматично може «відреагувати» на реакцію аудиторії. Але й він (сайт) не є живою мислячою істотою, яка здатна це робити миттєво і влучно. Отже, ані телевізійні ЗМІ, ані друківані, ані інтернет не відповідають основній характеристиці процесу комунікації.

Окрім того, комунікація – це не тільки передавання інформації, але й ще співпереживання її сутності, наявність обміну інформацією. Масова комунікація не передбачає співпереживання відправника інформації й отримувача. Вона також не передбачає обміну інформацією в режимі онлайн (тут і тепер). Отже, масова комунікація не витримує критики і за названими критеріями.

Нарешті, від спілкування (комуніціювання) учасники комунікації отримують користь (нові знання). Від так званої масової комунікації користь отримують тільки в тому випадку, коли аудиторія дізнається про введення нових соціальних санкцій, про прогноз погоди чи тоді, коли міська влада повідомляє про зміну руху потягів, літаків, міського транспорту або про їхній новий маршрут. Лише у такому випадку можна погодитися з тим, що масова комунікація відповідає критеріям комунікації.

Підсумовуючи думку про невідповідність ознаки «масова» для терміна «комунікації», варто зауважити: нині поняття «масова кому-

нікація» майже не відповідає тому, що називається комунікацією. Саме тому варто те, що дослідники називають «масовою комунікацією», іменувати впливом, адже саме визначення терміна «психологічний вплив» дає право погодитись із сутністю тих процесів і явищ, які характеризують так звану «масову комунікацію». Підтвердити висловлену думку можна під час порівняння характеристик «масової» комунікації і психологічного впливу (див.: табл. 3.2).

Аналіз показників табл. 3.2 дає змогу фіксувати такі особливості:

- 1) масові комунікації і психологічний вплив у 77% випадків близькі;
- 2) не збігається значення згаданих понять у 15% випадків;
- 3) де у чому збігаються і не збігаються обговорювані поняття у 8% випадків.

*Висновок:*

Зазначені особливості свідчать про те, що поняття «масова комунікація» і «психологічний вплив» є досить близькими і можуть якоюсь мірою вважатися синонімами. У дослідженнях соціальних комунікацій варто звертатися до поняття «психологічний вплив» тоді, коли дослідник вважатиме, що йдеться про неодноразовість у досягненні адресата, самопросування, невисоку витратність трансляції повідомлень та наявність очевидного характеру примусу. Відсутність перелічених ознак під час вивчення явищ та процесів соціальних комунікацій буде означати, що йдеться про масові комунікації.

Таблиця 3.2

**Порівняння характеристик «масової» комунікації  
(за А. Флейшером, В. Василевським, Г. Почепцовим)  
і психологічного впливу**

«Масова» комунікація	Збіг («+»)/ не збіг («-») (кільк. /%)	Психологічний вплив
1	2	3
Спрямованість на іншу особу, особи	+	Спрямованість на іншу особу, особи
гетерогенність (однотипність)	+	гетерогенність (однотипність)
анонімність	≈	анонімність (відсутність такої при бажанні адресата)

## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

### Продовження таблиці 3.2

1	2	3
дія на стан людини, його дії, думки і почуття суто психологічними засобами, з наданням права і часу відповідати на дію	+	дія на стан людини, його дії, думки і почуття суто психологічними засобами, з ненаданням права і часу відповідати на дію
масова комунікація – це «проникнення» в чужу психіку	+	психологічна дія – це «проникнення» в чужу психіку
метою і, одночасно, результатом цього психологічного впливу є: зміна, перебудова поглядів, стосунків, мотивів, установок, станів людини	+	метою і, одночасно, результатом цього психологічного впливу є: зміна, перебудова поглядів, стосунків, мотивів, установок, станів людини
публічність під час транслявання	+	публічність під час транслявання
переконання	+	переконання
одночасність у досягненні адресата	-	неодночасність у досягненні адресата
відсутність самопросування	-	самопросування
нестійкий характер	+	нестійкий характер
прохання	+	прохання
висока витратність трансляції повідомлень	-	невисока витратність трансляції повідомлень
відсутність очевидного характеру примусу	-	наявність очевидного характеру примусу
неможливість перевірити інформацію	+	неможливість перевірити інформацію
ігнорування	+	ігнорування
відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку	≈	іноді відсутність фіксації миттєвого зворотного зв'язку

Закінчення таблиці 3.2

1	2	3
зараження	+	зараження
спрошеність продукту масової комунікації	+	спрошеність продукту психологічного впливу
утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії	+	утворення різних соціальних та інтелектуальних ніш аудиторії
спонукання	+≈	спонукання (іноді до наслідування)
«виховання» аудиторії	+	«виховання» аудиторії
завоювання симпатії	+	завоювання симпатії
притягування цільової аудиторії	+	притягування цільової аудиторії
управління	+	управління
поширення чуток	+	поширення чуток
	+ /20/77% - / 4 / 15% ≈ / 2 / 8% Усього: 26/100%	

*Кінець прикладу*

Вище наведено приклад залучення методу сходження від абстрактного до конкретного під час дослідження науковцем розрізнення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив».

*Аналіз прикладу* здійснюється за пропозицією автора сайту [pidruchniki.ws](http://pidruchniki.ws), який вважає, що такий метод пізнання як сходження від абстрактного до конкретного має іти «двома самостійними етапами».

Отже, у наведеному прикладі дослідження розрізнення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив» на першому етапі здійснюється перехід від чуттєво-конкретного до абстрактного означен-

ня. Дослідник запропонував чуттєво-конкретне тлумачення понять «масова комунікація» і «психологічний вплив». Таке уявлення дослідника дало йому право перейти до абстрактної побудови плану (схеми) конкретного дослідження. Сама схема дослідження – це абстрактне уявлення дослідника про майбутній науковий пошук.

Згідно з пропозицією автора сайту *pidruchniki.ws*, на другому етапі пізнання предмета дослідження відбувається рух думки від абстрактних визначень об'єкта до всебічного, багатогранного знання об'єкта, який вивчають. Покрокова реалізація задуму науковця (виконання схеми дослідження, що складається з чотирьох пунктів) дала дослідникові можливість перейти до конкретного результату – констатації чітких висновків щодо доведення висунутої гіпотези й успішного виконання запланованого пошуку. Отже, на другому етапі дослідник визначив зв'язок окремих абстрактних понять у цілісну систему, яка відображає об'єктивну розчленованість досліджуваного об'єкта і єдність його сторін, зазначив, що саме на другому етапі «ніби відновлюється вихідна цілісність об'єкта».

Отже, дослідники активно й ефективно залучають метод сходження від абстрактного до конкретного під час здійснення наукового пошуку в соціальних комунікаціях.

### Список використаних і рекомендованих джерел

1. *Аристотель*. Первая аналитика // Соч. в 4-х т. / Аристотель. – Т. 2 [за ред. З. Н. Микеладзе]. – М. : Мысль, 1978. – С. 191.

2. *Василевецкий А.* Саудовцы обиделись, что их король не самый богатый / Василевецкий А. // Известия в Украине. – 2007. – 31 октября. – С. 3.

3. *Греймас А.* Структурная семантика / Греймас А. ; [пер. с фр.]. – М. : Академический проект, 2004. – 368 с.

4. *Даниленко Н.* Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості / Н. Даниленко // Соціальна психологія. – 2004. – № 4 (6). – С. 61–70.

5. *Даниленко Н.* Засоби масової комунікації і політична соціалізація особистості / О. Даниленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=28&c=423>

6. *Деррида Ж.* О грамматологии / Деррида Ж. ; [пер. с фр.; вст. ст. Н. Автономовой]. – М. : Ad Marginem, 2000. – 512 с.

7. *Деррида Ж.* Письмо и различие / Ж. Деррида ; [пер. с фр.; под ред. В. Лапицкого]. – СПб. : Академический проект, 2000. – 430 с.
8. *Доценко Е. Л.* Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Издательство МГУ, 1987. – С. 189–190.
9. *Иванов В. Ф.* Аспекты массовой коммуникации. Часть 1. Информационная и коммуникация : монография / В.Ф. Иванов. – К. : ЦВП, 2009. – С. 104–105.
10. Інформаційна влада. Засоби масової комунікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.br.com.ua/referats/Politologiya/24884.htm>
11. Квіт С. Масові комунікації : підруч. / Квіт С. – К. : Вид. дім. «Києво-Могилянська академія», 2008. – С. 12.
12. *Кибрик А., Паршин П.* Дискурс [Електронний ресурс] / А. Кибрик, П. Паршин. – Режим доступу : [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/DISKURS.html?page=0,0](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html?page=0,0)
13. *Кириллов В. И., Старченко А. О.* Логика : учебник для юридических вузов / В. И. Кириллов., А. О. Старченко. – М. : Юристь, 2003. – 256 с.
14. Класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/класифікація\\_\(значення\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/класифікація_(значення)).
15. Класифікація методів пізнавальної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://pidruchniki.ws/12980416/filosofiya/klasifikatsiya\\_metodiv\\_piznavalnoi\\_diyalnosti](http://pidruchniki.ws/12980416/filosofiya/klasifikatsiya_metodiv_piznavalnoi_diyalnosti)
16. *Коновець О. Ф.* Масова комунікація: теорія, моделі, технології : навч. посіб. / О. Ф. Коновець. – К. : ЛГУ, 2009. – С. 33–36.
17. *Кортаев А. В., Малков А. С., Халтурина Д. А.* Законы истории. Математическое моделирование развития Мир-Системы. Демография, экономика, культура. – 2-е изд. – М. : УРСС, 2007. – С. 34–38.
18. Крестева Ю. Жест: практика или коммуникация? // Ю. Крестева. Избранные труды: Разрушение поэтики. – М., 2004. – С. 114–135.
19. Логіка : підруч. для студентів вищих навчальних закладів / В. Д. Титов, С. Д. Цалін, О. П. Невельська-Гордєєва та ін. ; [за заг. ред. проф. В.Д. Титова]. – Х. : Право, 2005. – 208 с.
20. *Лодатко Е. А.* Методологические основы моделирования социокультурных процессов / Е. А. Лодатко // RELGA : Научно-культурологический сетевой журнал. – 2007. – № 15(160).



## Розділ 2. Загальні та загальнонаукові методи наукового пізнання

---

21. *Малков С. Ю.* Математическое моделирование исторической динамики: подходы и модели / С. Ю. Малков // Моделирование социально-политической и экономической динамики [ред. М. Г. Дмитриев]. – М.: Изд-во РГСУ, 2004. – С. 76–188.

22. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>

23. Методи наукового пізнання (методичні поради) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [ip.edu.ua/.../PH/Metodychka\\_Phil\\_Metody\\_nauk\\_piznannia.doc](http://ip.edu.ua/.../PH/Metodychka_Phil_Metody_nauk_piznannia.doc)

24. Моделирование [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/моделирование>

25. *Назаров М. М.* Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М., 2002.

26. Наукове моделювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/наукове\\_моделювання](http://uk.wikipedia.org/wiki/наукове_моделювання)

27. *Науменко Т. В.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / Т. В. Науменко. – СПб : Питер, 2005. – С. 46.

28. *Партико З. В.* Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З. В. Партико. – Л. : Афіша, 2008. – С. 218–219.

29. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – С. 31–34.

30. *Почепцов Г. Г.* Медіа: теорія масових комунікацій : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – С. 28–29.

31. *Присяжнюк Н. Н.* Манипулирование сознанием и поведением людей / Н. Н. Присяжнюк // Петрик В. М., Остроухов В. В., Штоквиш А. А. и др. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. ; [под ред. В. В. Остроухова]. – К., 2008. – С. 76–160.

32. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації : підруч. / В. В. Різун. – К. : Просвіта, 2008. – 260 с.

33. Середні показники телеканалів за 2–8 травня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/ratings/2011-05-11/62683>

34. *Соколов А. В.* Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. – СПб : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – С. 450.

35. *Сумарокова Л. М.* Основи логіки : навч. посіб. / Л. М. Сумарокова. – Одеса : Юридична література, 2003. – С. 78–84.

36. *Филатова О. Г.* Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / О. Г. Филатова. – М. : Гардарики, 2006. – С. 8.
37. Фокус-група [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.chtotakoe.info/articles/fokus-gruppa\\_616.html](http://www.chtotakoe.info/articles/fokus-gruppa_616.html)
38. *Холод А. М.* Психолінгвістический аспект анализа проблем взаимосвязи масс-медиа и гражданского общества / А. М. Холод // Масс-медиа и гражданское общество : моногр. / [под ред. А. М. Холода; А. Бартошек, А. Лобанова, С. Михальчик и др.]. – Кривой Рог : Международный исследовательский центр «Человек: язык, культура, познание», 2008. – С. 30–106.
39. *Холод О. М.* Теорія інмутації суспільства : монографія / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2011. – 305 с.
40. *Холод О. М.* ЗМІ та імідж політиків : монографія / О. М. Холод; [за ред. проф. В.В. Різуна] / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2004. – 343 с.
41. *Холод О. М.* Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2012. – 263 с.
42. *Хоменко І. В.* Логіка для юристів / І. В. Хоменко. – К. : Четверта хвиля, 2001. – 245 с.
43. *Черных А. И.* Социология массовых коммуникаций [текст] : учеб. пособ / А. И. Черных ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – С. 15.
44. Численний, масовий, чисельний, багаточисельний, багаточисленний [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovopedia.org.ua/30/53415/25909.html>
45. *Шарков Ф. И.* Основы теории коммуникации : учеб. / Ф. И. Шарков. – М. : Соц. отношения, Перспектива, 2003. – 248 с.
46. *Fleischer A.* Taking Heat. The President, the Press, and My Years in the White House. – New York, 2005. – P. 4.

### Питання для самоперевірки

1. Що називають діалектичним методом дослідження?
2. У чому суть метафізичного методу?
3. Які три основних принципи (закони) діалектики ви знаєте?
4. Що таке «принцип матеріалістичного монізму»?
5. Як розтлумачити принцип єдності діалектики буття і діалектики мислення?

6. У чому суть принципу загального зв'язку і загального розвитку явищ у світі?
7. Як ви розумієте принцип причиновості?
8. Що називають принципом цілісності?
9. У чому суть принципу системності?
10. Що означає принцип відображення?
11. У чому смисл принципу історизму?
12. Як ви розумієте принцип матеріальної єдності світу?
13. У чому полягає суть принципу первинності практики?
14. Чому матеріалізм дотримується принципу невичерпності властивостей матерії?
15. Що називають категоріями діалектичного методу?
16. Які категорії діалектики ви знаєте?
17. Чому категорії діалектичного методу передбачають дихотомію?
18. У чому смисл категорій діалектичного методу «рух і розвиток»?
19. Як пов'язані між собою категорії діалектичного методу «елементи і структура»?
20. Чому категорії діалектичного методу «форма і зміст» завжди записуються парою?

### **Навчальні завдання**

1. Знайдіть визначення діалектичного і метафізичного методів досліджень, запишіть їх поруч, порівняйте. Сформулюйте висновок.
2. Дайте визначення терміна «принципи діалектики». Поясніть його.
3. Назвіть відомі вам принципи діалектики.
4. Розтлумачте принцип матеріалістичного монізму.
5. Дайте визначення принципу єдності діалектики буття і діалектики мислення.
6. Наведіть приклад дії принципу загального зв'язку і загального розвитку явищ у світі.
7. Поясніть суть принципу причиновості.
8. Наведіть два приклади дії принципу цілісності.
9. Проаналізуйте можливості дії принципу системності.

10. Доведіть на прикладах дію принципу відображення.
11. Поясніть дію принципу історизму.
12. Наведіть приклад дії принципу матеріальної єдності світу у сучасності.
13. Доведіть доцільність дії принципу первинності практики.
14. Розтлумачте товаришеві суть принципу невичерпності власливостей матерії.
15. Назвіть відомі вам методи альтернатив діалектики.
16. Стисло поясніть суть метафізики (Аристотель, А. Родоський, Г. Гегель).
17. Доведіть альтернативний (щодо діалектики) характер негативної діалектика (Т. Адорно, Ж.-П. Сартр).
18. Поясніть основні тези софістики й еклектики.
19. Наведіть два приклади прояву догматизму і релятивізму.
20. Доведіть тезу про те, що повна індукція як метод відрізняється від неповної індукції.

### **Теми рефератів**

1. Метафізичні погляди Аристотеля.
2. Специфічне бачення світу в методології Аполлонія Родоського.
3. Сутність методології досліджень Георга Гегеля.
4. Альтернативний характер негативної діалектика (на прикладі аналізу методологічних ідей Т. Адорно і Ж.-П. Сартра).
5. Перспективи залучення методу класифікації в сучасному наукознавстві.

### **Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій**

1. Особливості використання індуктивно-дедуктивного методу під час моделювання соціальних комунікацій.
2. Метод фалібілізму К. Поппера як антагоністичний підхід до вивчення соціальних комунікацій.
3. Специфіка застосування статистичних методів у дослідженнях соціальних комунікацій.

## РОЗДІЛ 3

## МЕТОДИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ

### 3.1. Методи теоретичного дослідження

#### 3.1.1. Формалізація

Формалізацією слід називати побудову абстрактно-математичних моделей, що спрямовані на розкриття суті досліджуваних процесів та явищ.

Метод формалізації передбачає процес рефлексії щодо предметів дослідження, який здійснюється завдяки операціям із знаками (формулами). Автори сайту [lp.edu.ua](http://lp.edu.ua) вважають, що відношення знаків замінюють собою висловлення про властивості предметів і їх зв'язки. Отже, таким чином утворюється узагальнена знакова модель певної наочної області, що дозволяє знайти структуру різних явищ і процесів при відволіканні від якісних характеристик останніх. Висновок одних формул з інших за строгими правилами математики представляє формальне дослідження явищ.

Ілюстрацією формалізації можна вважати приклад із логіки, аналізуючи судження.

Судженням називають логічну форму мислення, за допомогою якої щось стверджується або заперечується щодо предмета думки або зв'язку між предметами думки. Кожне судження має ім'я і предикат. Приклад судження: «Мас-медіа – регулятор настроїв у суспільстві». Слово «мас-медіа» є ім'ям, всі інші слова, що характеризують ім'я, є предикатом. Формалізація може здійснюватися, якщо вважати слово «мас-медіа» суб'єктом (активно діючим) і означити його латинською літерою «S». У такому випадку предикат (ті слова, що характеризують суб'єкт) слід означити латинською літерою «P». Відношення між суб'єктом і предикатом у логіці означають літерою «є». Формалізуючи судження, отримують такий запис (див. далі):

$S \in P$

З метою наведення складніших формалізованих записів, треба звернутися до складного судження (два і більше суб'єктів та предикатів). Приклад: «*Студенти прийшли на лекцію, але вони не були готові слухати викладача*». Аналіз прикладу: частина судження «*Студенти прийшли на лекцію*» є простим судженням і друга частина «*але вони не були готові слухати викладача*» теж є простим судженням. Два простих судження разом утворюють складне судження.

Нині в логіці прийнято виокремлювати такі види зв'язку між частинами складного судження:

- 1) кон'юнкція;
- 2) диз'юнкція;
- 3) імплікація;
- 4) еквіваленція;
- 5) заперечення.

*Кон'юнкція* (з'єднувальний зв'язок) – це такий спосіб зв'язку, при якому складне судження є істинним за умови, що одночасно є істинними всі прості судження, які входять до складного судження. Такий вид логічного зв'язку у мові висловлюється сполучниками «і», «так», «але», «а також», «як і», «хоча», «однак», «незважаючи на» тощо. При цьому важливим способом зв'язку є й інтонація перелічування при безсполучниковому сурядному зв'язку. *Приклад*: «*Соціальні комунікації як суспільне явище є соціальним інжинірингом, і соціальні комунікації є галуззю науки*». Аналіз прикладу: Перша частина судження «*Соціальні комунікації як суспільне явище є соціальним інжинірингом*» поєднується з другою частиною «*соціальні комунікації є галуззю науки*» сурядним сполучником «і» та утворює складне кон'юнктивне (з'єднувальне) судження.

Якщо першу частину судження у прикладі означити літерою «а», а другу частину – літерою «б» і при цьому врахувати, що кон'юнкція у логіці позначається знаком  $\wedge$ , то формулою у математичній логіці наведене складне судження треба записати так:

$$a \wedge b$$

*Диз'юнкція* – це такий вид зв'язку, при якому для істинності складного судження достатньо істинності хоча б одного з простих суджень.

Таку диз'юнкцію називають простою.

У мові проста диз'юнкція завжди висловлюється через розділові сполучники «чи», «або»; «або ..., або ...» тощо.

*Приклад:*

– *Комунікацією називають або обмін інформацією, або передавання інформації.*

Диз'юнкцію позначають у математичній логіці через знак **V**. Наш приклад «*Комунікацією називають або обмін інформацією, або передавання інформації*» можна записати:

**a V b**

*Імплікація* – це такий вид зв'язку, при якому складне судження є хибним тільки в одному випадку: за істинної основи і хибного висновку.

У мові такий вид зв'язку виражений умовними сполучниками «якщо ..., то»; «тоді ..., коли ...»; «при умові, що ...» тощо. Можливий і безсполучниковий зв'язок.

*Приклади:*

– *Якщо репортер виїжджає на зйомки, то він записує репортаж.*

– *Верховна Рада України є повноважна при умові, якщо вибрана не менш як дві третини її конституційного складу.*

У наведених прикладах одне просте судження означає умову, за наявності якої йдеться про те, на що вказано у другій частині складного судження. Перша частина називається підставою (антецедентом), друга частина – висновком (консеквентом).

Імплікація позначена такою формулою:

**a → b**

де: **a** – підстава, **b** – слідство.

*Еквіваленція* – це такий спосіб зв'язку, при якому складне судження є істинним лише при однакових значеннях істинності підстави та висновку.

У мові логічний зв'язок передано такими мовними сполучниками:

«... тільки у тому випадку, якщо ...»;

«... тільки тоді, коли ...»;

«якщо і тільки якщо ...»;

«... тоді і тільки тоді, коли ...».

*Приклади еквіваленції:*

• *Прикладні соціально-комунікаційні технології будуть дієвими тільки у тому випадку, якщо їх реалізує фахівець.*

- Лише тоді, коли політики визнають свої помилки, вони будуть мати повагу від народу.
- Редактор газети зможе дозволити опублікувати журналістський матеріал тільки за умови, що він буде завіреним літературним редактором.

У математичній логіці еквіваленцію передає знак « $\leftrightarrow$ ».

$$\mathbf{a \leftrightarrow b}$$

*Заперечення* – такий вид складного судження, у якому елементами є: 1) судження (просте чи складне); та 2) конструкція виду «неправильно, що...».

На думку Л. М. Сумарокової, заперечення – це і вид зв'язку між думками, одна з яких – певне судження, а інша – ствердження про те, що це судження неправильне (хибне). Варто зауважити, що будь-яке з двох простих суджень (якщо у складному судженні два простих судження) може бути правильним (істинним) чи неправильним (хибним). Наприклад, якщо вихідне судження **a** – хибне, то судження «неправильно, що **a**» – буде істинним. Навпаки: якщо судження **a** – істинне, то судження «неправильно, що **a**» – хибне.

*Приклад:*

- Сонце блакитного кольору (вихідне судження **a**) – хибне.
- *Неправильно, що сонце блакитного кольору* (судження типу «неправильно, що **a**») – істинне.

У математичній логіці хибне судження позначають знаком « $\neg$ ».

*Приклади* заперечувальних ствержень і їх позначень формують:

- *Неправильно, що інформація залежить тільки від емоцій.*  
 $\neg \mathbf{a}$  (Неправильно, що **a**)
- *Неправильно, що інформація залежить тільки від емоцій і настрою.*

$$\neg (\mathbf{a \wedge b}) \text{ (Неправильно, що } \mathbf{a} \text{ і } \mathbf{b})$$

- *Неправильно, що інформація залежить тільки від емоцій або настрою.*

$$\neg (\mathbf{a \vee b}) \text{ (Неправильно, що } \mathbf{a} \text{ або } \mathbf{b})$$

- *Неправильно, що інформація залежить від емоцій, за умови, що емоції є важливим чинником утворення відомостей про будь-що.*

$$\neg (\mathbf{a \rightarrow b}) \text{ (Неправильно, що } \mathbf{a \rightarrow b})$$



• *Неправильно, що якщо і тільки якщо інформація залежить від емоцій, то вона хибна.*

$\neg (a \leftrightarrow b)$  (Неправильно, що  $a \leftrightarrow b$ )

Отже, формалізація дозволяє символізувати, робити формальними записи суджень, міркувань, що відволікає дослідника від деталізації та дозволяє впевнено фіксувати основні і глобальні тенденції у вивченні предмета дослідження.

### 3.1.2. Аксиоматичний метод

Специфічним методом побудови теорії є *аксиоматичний метод*. За аксиоматичної побудови теоретичного знання спочатку, як вважають автори сайту [lp.edu.ua](http://lp.edu.ua), «задається набір початкових тверджень, що не вимагають доказів». Ці твердження називаються *аксіомами* або *постулатами*. Потім із них за певними схемами правил виводу будуються тези. Автори стверджують, що сукупність початкових аксіом (тверджень, доказ істинності яких не вимагають) і виведених на їхній основі тез утворює аксиоматично побудовану теорію.

Філософи вважають, що аксиоматичний метод – це метод дослідження та побудови наукової теорії, за яким деякі її твердження приймаються як вихідні аксіоми, а всі інші положення виводяться з них шляхом міркування за певними логічними правилами. Автори стверджують, що аксиоматичний метод існує давно, ще від часів відомого античного математика Евкліда, який спирався на 5 аксіом. Прикладом є також теорія відносності А. Ейнштейна.

Аксиоматичний метод може бути застосований під час пошуку істини у випадку, якщо знання, отримані за його допомогою, не мають внутрішньої несуперечливості. Щоправда, варто звернути увагу на те, що наявність внутрішньої несуперечливості свідчатиме лише про правильність побудови теорії, а не про її істинність. Істинною теорією, що побудована за допомогою аксиоматичного методу, може бути тільки у випадку, коли самі аксіоми є істинними.

Слід звернути увагу й на те, що під час побудови будь-якої теорії незалежність аксіом повинна виступати одним із трьох логічних критеріїв. У такому випадку сама теорія може визнаватися правильною.

Серед логічних критеріїв правильності теорій називають такі:

- 1) незалежність аксіом;
- 2) несуперечливість;

3) повноту.

Варто пояснити кожен із критеріїв.

Перший критерій – *незалежність аксіом* – це властивість аксіоми логічної чи математичної теорії, яка полягає в тому, що вона не виводиться з інших аксіом теорії.

Наприклад, із логіки відомо правило перше: «У категоричному силлогізмі мають бути лише три терміни», а саме: більший засновок, менший засновок, висновок. Таке положення-правило вважають аксіомою.

Згадана аксіома існує сама собою. До неї не потрібно додавати нічого іншого. Від аксіоми не слід віднімати якусь частку. Аксіома у наведеному прикладі самодостатня.

Далі, друге правило для категоричних силлогізмів є важливим: «Середній термін має бути розподілений хоча б в одному із засновків». Друга аксіома незалежна від першої, тому що положення, висловлене в ній, не потребує додаткових пояснень і не виводиться з першої аксіоми.

Отже, є доведеним те, що перша аксіома не залежить від другої, і навпаки. Разом із тим, треба пам'ятати, що дві згадані аксіоми функціонують у межах однієї теорії правильності категоричного силлогізму.

Другим критерієм визнання істинною будь-якої теорії є **несуперечливість**, яку називають властивістю теорії, коли з її аксіом не виводяться суперечливі висловлення.

Несуперечливість також стосується однієї теорії: у межах такої однієї теорії висувуються висловлювання, які не можуть суперечити одне одному. Не буває такої теорії, у межах якої одночасно подано твердження і спростовано. Згрубша, це вже не теорія, а суперечність. Кожна теорія може стати основою бодай для одного положення, яке не виводиться з неї. Це й є основою такого критерію, як несуперечливість.

Що більше суперечностей у теорії, то менше вона має право називатися такою.

У практиці дослідження соціальних комунікацій як соціального інжинірингу прикладом дотримування критерію несуперечливості може бути такий. Якщо стверджувати, що соціальна інформатика – це галузь науки, яка досліджує соціально-комунікаційні

структури як об'єкти інформатизації, закономірності розвитку автоматизованих технологій щодо наочно-об'єктних трансформацій у сфері соціальних комунікацій та інтелектуальної обробки інформації і знань, не можна стверджувати, що соціальна інформатика – це галузь науки, яка не досліджує соціально-комунікаційні структури як об'єкти інформатизації.

Третім критерієм визнання будь-якої теорії істинною є **повнота**. Повнота – це критерій, який діє у логіці та дедуктивних науках; це логіко-методологічна вимога, що висувається до аксіоматичних теорій; це достатність теорії для певних цілей її виразних і не дедуктивних засобів.

Повнота тут постає як характеристика аксіоматичної системи (яка не потребує доведення), у якій всі її формули можуть бути істинними при певній інтерпретації. Такі положення теорії можна довести при певних умовах, які й будуть повними для саме неї.

У соціальних комунікаціях прикладом повноти теорії може бути такий: коли відомий український дослідник В. В. Різун прагне довести положення про те, що в системі соціальних комунікацій медіа-комунікації (масове спілкування) мають особливий статус, дослідникові необхідно наводити усі можливі умови, при яких такий особливий статус медіа-комунікацій фіксується. У такому випадку повнота як критерій теорії необхідна для формулювання об'єктивного висновку щодо правильності висунутого В. В. Різуну положення.

#### **3.1.3. Статистичні методи**

У сучасній науці важливе значення мають *статистичні методи*, які дозволяють визначати середні значення, характеризуючи всю сукупність предметів, які вивчають. Свого часу А. Ейнштейн і Л. Інфельд стверджували: «Застосовуючи статистичний метод, ми не можемо передбачити поведінку окремого індивідуума сукупності. Ми можемо тільки передбачити вірогідність того, що він поводитиметься певним чином... Статистичні закони можна застосовувати тільки до великих сукупностей, але не до окремих індивідуумів, із яких складаються ці сукупності».

Методи статистичного дослідження обговорюються в тексті, розміщеному на сайті [bookdn.com](http://bookdn.com). Автори тексту вважають, що між наукою-статистикою і практикою існує тісний взаємозв'язок: статистика використовує дані практики, узагальнює і розробляє методи

проведення статистичних досліджень. У свою чергу у практичній діяльності застосовують теоретичні положення статистичної науки для вирішення конкретних управлінських завдань. Знання статистики потрібні сучасному фахівцеві під час прийняття рішень в умовах стохастичності (коли аналізовані явища піддаються впливу випадковостей).

Дослідники декларують, що для вивчення предмета статистики розроблено і застосовано специфічні прийоми, сукупність яких утворює методологію статистики (методи масових спостережень, угруповань, узагальнювальних показників, динамічних рядів, індексний метод та ін.). Застосування у статистиці конкретних методів, на думку авторів сайту bookdn.com, зумовлене визначеними завданнями і залежить від характеру вихідної інформації. При цьому статистика спирається на такі діалектичні категорії, як кількість і якість, необхідність і випадковість, причиновість, закономірність, одичиничне і масове, індивідуальне і спільне. Статистичні методи використовуються комплексно (системно). Це, на думку авторів, зумовлено складністю процесу соціально-статистичного дослідження, що складається з трьох основних стадій:

- перша – збір первинної статистичної інформації;
- друга – статистичне зведення та обробка первинної інформації;
- третя – узагальнення та інтерпретація статистичної інформації.

З позиції авторів, загальною методологією вивчення статистичних сукупностей є використання основних принципів, якими керуються у будь-якій науці. До цих принципів, як до своєрідних засад, належать такі:

- 1) об'єктивність досліджуваних явищ і процесів;
- 2) виявлення взаємозв'язку і системності, у яких проявляється зміст досліджуваних факторів;
- 3) цілепокладання, тобто досягнення поставлених цілей із боку дослідника, що вивчає відповідні статистичні дані.

Статистичний аналіз має свої особливості, до яких треба зарахувати:

- метод масового спостереження;
- наукової обґрунтованості якісного змісту угруповань та його результатів;

– обчислення й аналіз узагальнених і узагальнювальних показників досліджуваних об'єктів.

Дослідниця С. В. Штефан на сайті [journalib.univ.kiev.ua](http://journalib.univ.kiev.ua) розмістила матеріал щодо використання статистичних методів у журналістиці.

Авторка вказує на те, що на першому етапі статистичного дослідження залучено *метод статистичного спостереження. Методи зведення та групувань, табличний та графічний методи* характеризують другий етап. На третьому етапі статистичного дослідження звертаються до *методів вивчення варіації, диференціації та сталості, тенденцій розвитку, прогнозування, вивчення взаємозв'язків* тощо.

На думку С. В. Штефан, передумовою використання статистичних методів має бути визначення і розуміння суті явища, яке вивчають, його властивостей, особливостей конкретних обставин.

#### *Метод статистичного спостереження*

Дослідники вважають, що статистичне спостереження є першим кроком статистичного дослідження і полягає в планомірному, науково-організованому збиранні даних. Є нормою те, що формування якісної інформаційної бази виступає фундаментом статистичного дослідження. Автори декларують свою думку, тому що використання лише об'єктивної та достатньо повної інформації на подальших етапах дослідження надає можливість отримати правильні, обґрунтовані висновки про характер і закономірності досліджуваного процесу.

Вважають за доцільне при статистичному дослідженні використовувати три форми спостереження:

- статистичну звітність;
- статистичний реєстр;
- спеціально організоване спостереження (охоплює ті явища і процеси, які перебувають поза звітністю – соціальні дослідження, переписи, опитування тощо).

За повнотою охоплення сукупності автор пропонує розрізняти такі види статистичного спостереження:

- *суцільне спостереження* (реєструються усі одиниці сукупності, наприклад, переписи);
- *несуцільне спостереження* (реєструється певна частина одиниць сукупності); залежно від завдань дослідження і характеру об'єкта несучільне спостереження може здійснюватися способом основ-

ного масиву, монографічним, вибіркоким, анкетним, через моніторинг; при цьому має забезпечуватися репрезентативність відібраної частини елементів, тобто їх здатність відтворювати властивості усєї сукупності елементів (висновки роблять за відібраною частиною про ціле);

- *вибіркове спостереження*.

За часом реєстрації даних дослідниця пропонує вирізняти:

- *поточне спостереження* (систематична реєстрація фактів щодо явищ у міру їх виникнення, наприклад, робота транспорту, запис актів громадського стану);
- *періодичне спостереження* (яке проводять через певні, як правило, однакові проміжки часу, наприклад, переписи);
- *разове спостереження* (яке відбувається за потреби, наприклад, вивчення думки читачів часопису).

За способом одержання відомостей (первинних статистичних даних), на думку дослідниці, варто виокремлювати:

- *безпосередній облік* (дослідник особисто реєструє факти; наприклад, метеорологічні спостереження);
- *документальний облік* (джерелом відомостей є відповідні документи);
- *опитування* (відомості фіксуються зі слів респондентів; може здійснюватися експедиційним способом, через самореєстрацію та кореспондентським способом).

Варто зазначити, що різні види та форми статистичного спостереження можуть бути поєднані, взаємно доповнювати одне одного.

Окрім того, треба дослухатися до зауваження С. В. Штефан, яка попереджає про те, що анкетний, кореспондентський способи, самореєстрація не забезпечують відповідної якості матеріалу «в силу незацікавленості частини респондентів в опитуванні (повертають не більше 80% анкет), неможливості безпосередньої перевірки достовірності одержаних відповідей. Ці методи, як вважає дослідниця, найбільш поширені у соціальних дослідженнях, при вивченні громадської думки, коли не вимагають високої точності, треба лише зорієнтуватися в тому чи іншому питанні».

Об'єктивно необхідним під час дослідження соціальних комунікацій є статистичний *вибірковий метод*.

Дослідник О. В. Мізіна вбачає можливість у межах методу статистичного спостереження виокремлювати вибіркове спостереження.

Суть *вибіркового спостереження* полягає в несущільному спостереженні, при якому обстежуються не всі елементи сукупності, яку вивчають, а лише певним чином дібрана їхня частина.

Треба врахувати, що сукупність, із якої вибирають елементи для обстеження, називається *генеральною*, а сукупність, яку безпосередньо обстежують, – *вибірковою*.

Необхідно пам'ятати про те, що вибірку можна складати двома способами, як вважає О. В. Мізіна:

1) після того, як об'єкт відібраний та над ним проведено спостереження, його можна повернути або не повернути до генеральної сукупності;

2) після того, як об'єкт відібраний та над ним проведено спостереження, він може бути не повернений до генеральної сукупності.

Залежно від двох згаданих способів вибірки розрізняють:

– *повторну вибірку* (відібраний об'єкт (перед відбором наступного) повертається до генеральної сукупності;

– *безповторну вибірку* (відібраний об'єкт до генеральної сукупності не повертається).

Досвід статистичних досліджень свідчить про те, що науковці частіше користуються безповторним випадковим відбором. Разом із тим, треба знати, що вибірка має, як наполягає О. В. Мізіна, правильно представляти пропорції генеральної сукупності: повинна бути репрезентативною (представницькою).

І генеральну сукупність, і вибірку сукупність можна вимірювати.

У соціальних комунікаціях використовують спеціальні статистичні шляхи точного вимірювання кількості. Для повного уявлення про точність вимірювань та надійність оцінки випадкових відхилень результатів вимірювань, особливо при обмеженій кількості значень вимірюваної величини, необхідно задатися довірчими межами, довірчим інтервалом та довірчою ймовірністю. Автори наводять приклад. Нехай  $(x_1, \dots, x_n) \equiv x$  –  $n$  незалежних спостережень над випадковою величиною із законом розподілу  $F(z/a)$ , що залежить від параметра  $a$ , значення якого невідомо. Довірчі межі випадкових похибок – це верхня та нижня межі інтервалу, у які похибки потрапляють із заданою ймовірністю  $P$ . Величина  $P$  називається довірчою ймовірністю. Для визначення довірчих меж похибок необхідно

знати густину розподілу похибок та ймовірність потрапляння похибок у довірчі межі. Якщо не ввести обмеження, задача матиме множину розв'язків.

Визначення 1. Функція спостережень  $a_1(x_1, \dots, x_n)$  (зауважимо, що це випадкова величина) називається нижньою довірчою границею для параметра  $a$  з рівнем довіри РД (звичайно близьким до 1), якщо при будь-якому значенні виконується Р

$$P\{a_1(x_1, \dots, x_n) \leq a\} \geq P$$

Визначення 2. Функція спостережень  $a_2(x_1, \dots, x_n)$  (випадкова величина) називається верхньою довірчою границею для параметра  $a$  з рівнем довіри РД, якщо при будь-якому значенні

$$P\{a_2(x_1, \dots, x_n) \geq a\} \geq P.$$

Визначення 3. Інтервал із випадковими кінцями (випадковий інтервал)  $I(x) = (a_1(x), a_2(x))$ , обумовлений двома функціями спостережень, називається довірчим інтервалом для параметра  $a$  з рівнем довіри РД, якщо при будь-якому значенні  $a$

$$P\{I(x) \in a\} \equiv P\{a_1(x_1, \dots, x_n) \leq a \leq a_2(x_1, \dots, x_n)\} \geq P,$$

тобто імовірність (що залежить від  $a$ ) накрити випадковим інтервалом  $I(x)$  справжнє значення  $a$  – більше або дорівнює РД.

Для побудови довірчого інтервалу (чи межі) необхідно знати закон розподілу статистики  $\xi = \xi(x_1, \dots, x_n)$ , за яким оцінюється невідомий параметр (такою статистикою може бути оцінка  $\xi = \hat{a}(x_1, \dots, x_n)$ ). Один із способів побудови полягає в такому. Припустимо, що деяка випадкова величина  $\varphi = \varphi(\xi, a)$ , яка залежить від статистики  $\xi$  і невідомого параметра  $a$ , така, що: закон розподілу відомий і не залежить від  $a$ ;  $\varphi(\xi, a)$  є неперервною та монотонною по  $a$ .

Виберемо діапазон для  $\varphi$  інтервал  $(f_1, f_2)$  так, щоб влучення в нього було практично вірогідно:  $P\{f_1 \leq \varphi(\xi, a) \leq f_2\} \geq P$  для чого досить у якості  $f_1, f_2$  взяти квантілі розподілу  $\varphi$  рівня  $(1 - \text{РД})/2$  і  $(1 + \text{РД})/2$  відповідно. Перейдімо до іншого запису випадкової події. Розв'язуючи нерівності щодо параметра  $a$ , одержимо (думаючи, що  $\varphi$  монотонно зростає по  $a$ ):  $P\{g(\xi, f_1) \leq a \leq g(\xi, f_2)\} \geq P$ . Це співвідношення вірне при будь-якому значенні параметра  $a$ , і тому, відповідно до визначення, випадковий інтервал  $(g(\xi, f_1), g(\xi, f_2))$  є довірчим для  $a$  з рівнем довіри РД. Якщо  $\varphi$  спадає по  $a$ , інтервалом



є  $(g(\xi, f_2), g(\xi, f_1))$ . Для побудови однобічної межі для  $a$  виберемо значення  $f_1, f_2$  так, щоб

$$P\{\varphi(\xi, a) \geq f_1\} \geq P, \quad f_1 = Q(1 - P)$$

$$\text{чи } P\{\varphi(\xi, a) \geq f_2\} \geq P, \quad f_2 = Q(1 - P)$$

де  $Q(P)$  – квантиль рівня  $P$ . Після розв'язання нерівності одержимо однобічні довірчі межі для  $a$ .

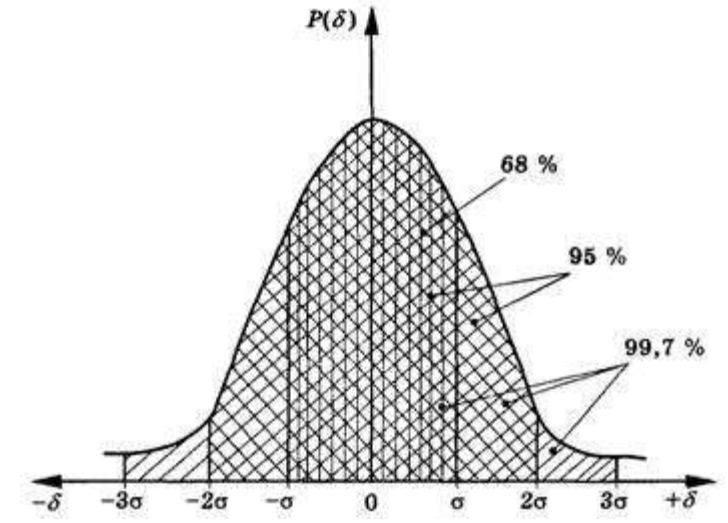


Рис. 14. Довірчі межі та довірчі ймовірності.

На думку дослідників, для звичайних технічних вимірювань, коли не вимагають високого ступеня надійності та точності, довірна ймовірність береться у межах 0,9–0,95. На підставі нормального закону розподілу можна розраховувати ймовірність виникнення випадкових похибок із різними значеннями.

У дослідженнях соціальних комунікацій важливим є правильне визначення рівня довіри.

*Рівень довіри* (РД) означає, що правило визначення інтервалу дає правильний результат з імовірністю РД, що зазвичай вибирається близькою до 1, однак, 1 не дорівнює. Переконаємося статистично на прикладі в тому, що довірчий інтервал із рівнем довіри РД може не містити (з малою імовірністю  $1 - \text{РД}$ ) істинне значення параметру.

*Приклад.* Розгляньмо наведений випадковий інтервал  $I(x_1, \dots, x_n)$ , що при будь-якій значенні  $a$  накриває це значення з великою імовірністю РД:

$P\{I(x_1, \dots, x_n) \in a\} = \text{РД}$ , і тому, якщо знехтувати можливістю здійснення події  $a \notin I$ , що має малу імовірність  $(1-\text{РД})$ , можна вважати, що подія  $a \in I(x_1, \dots, x_n)$  є практично достовірною, тобто можна вірити тому, що обчислений за конкретними спостереженнями  $x_1, \dots, x_n$  інтервал  $I$  містить невідоме значення параметра  $a$ . Проведемо випробування інтервалу на 50 вибірках обсягу  $n=10$  для трьох рівнів довіри РД : 0.9, 0.99, 0.999 (відповідно, три значення  $fr$ ). При РД = 0.9 число невірних із  $k=50$  результатів виявиться у межі до 5, тому що середнє число невірних  $k(1-\text{РД}) = 5$ . При РД = 0.99 поява хоча б одного невірного з  $k=50$  досить ймовірна: імовірність цієї події  $1 - k^{-k} = 1 - 0.99^{50} \approx 0.61$  При РД = 0.999 поява хоча б одного невірного є сумнівною: імовірність цієї події  $1 - k^{-k} = 1 - 0.999^{50} \approx 0.05$ .

Отже, визначення рівня довіри до отриманих даних є важливим етапом на шляху наближення до істини в соціальних комунікаціях.

За свідченням Р. М. Набоки, у статистиці активно використовують методи аналізу й узагальнення динамічних рядів. На думку автора, виявлення основної тенденції (тренду) ряду, є одним з головних методів аналізу й узагальнення динамічних рядів.

Серйозний дослідник соціальних комунікацій звертається до методу виявлення основної тенденції (тренду) ряду. Згаданий метод у сукупності з графічним методом дозволяє зображувати на графіку основні тенденції соціально-комунікаційних явищ і процесів. Зображена на графіку лінія тренду динамічного ряду може яскраво демонструвати плавну зміну досліджуваного явища в часі, яке звільнене від короточасних відхилень, викликаних різними причинами. У статистичній практиці виявлення основної тенденції розвитку явищ у часі проводиться методами укрупнення інтервалів, рухомої середньої і аналітичним вирівнюванням.

Одним із найпростіших, на думку Р. М. Набоки, способів обробки ряду з метою виявлення закономірності зміни його рівнів є укрупнення інтервалів (періодів) часу. Суть цього методу полягає в тому, що дані динамічного ряду об'єднані в групи за періодами і розраховано середній показник на період, наприклад, триріччя, п'ятиріччя і т.п.

Під час вивчення явищ і процесів соціальних комунікацій необхідно звертати увагу на виявлення загальної тенденції ряду динаміки. З цією метою треба звертатися до статистичного методу згладжування за допомогою рухомої середньої. При використанні згаданого методу варто здійснювати укрупнення періодів. За пропозицією Р. М. Набоки, це потрібно проводити шляхом послідовних зміщень на одну дату при збереженні постійного інтервалу періоду.

Водночас, найефективнішим, на думку автора, способом виявлення основної тенденції явищ і процесів соціальних комунікацій є метод аналітичного вирівнювання. У статистиці дослідники пропонують використовувати найпоширеніші формули, які виражають тенденцію розвитку (тренд) явищ. Серед таких:

- пряма;
- гіпербола;
- парабола другого порядку;
- показникова функція;
- ряди Фур'є;
- логістична функція;
- експонента та інші.

Метод вирівнювання за прямою використовується в тих випадках, як вважає Р. М. Набока, коли абсолютні прирости більш-менш постійні, тобто коли рівні динамічного ряду змінюються в арифметичній прогресії або близькі до неї.

Рівняння прямої має вигляд:

$$Y_t = a_0 + a_1 t$$

де  $a_0$ ,  $a_1$  – параметри прямої;  $t$  – умовне позначення часу.

Для знаходження параметрів « $a_0$ » і « $a_1$ » потрібно розв'язати за способом найменших квадратів систему нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} \sum Y = n a_0 + a_1 \sum t \\ \sum Yt = a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 \end{cases}$$

При відліку часу від середини ряду, коли  $\sum t = 0$ , тоді система рівнянь для знаходження параметрів « $a_0$ » і « $a_1$ » матиме вигляд:

$$\begin{cases} \sum Y = n a_0 + a_1 \sum t \\ \sum Yt = a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 \end{cases}$$

Звідки параметри рівняння розраховують:

$$\begin{cases} \sum Y = na_0 \\ \sum Yt = a_1 \sum t^2 \end{cases}$$

$$a_1 = \frac{\sum Yt}{\sum t^2}$$

Вирівнювання рядів динаміки використовують також, за пропозицією Р. М. Набоки, для знаходження відсутніх членів ряду за допомогою інтерполяції й екстраполяції.

У вивченні соціальних комунікацій може активно використовуватися метод інтерполяції, який у статистиці залучають для знаходження відсутнього показника усередині ряду. Фахівці соціальних комунікацій звертаються і до статистичного методу екстраполяції. У статистиці згаданий метод передбачає знаходження невідомих рівнів наприкінці або на початку динамічного ряду.

Під час вивчення процесів та явищ соціальних комунікацій дослідники звертаються до статистичного *методу оцінки коливань та сталості динаміки*. Згаданий метод залучають, на думку Р. М. Набоки, у випадку, коли фактичні рівні динамічних рядів під впливом різних чинників варіюють, відхиляючись від основної тенденції розвитку. В одних рядах коливання мають систематичний, закономірний характер, як вважає автор, повторюються через певні інтервали часу, в інших – не мають такого характеру і тому називаються випадковими. У конкретному ряду можуть поєднуватися систематичні та випадкові коливання.

Найпростішою, за оцінками дослідників, оцінкою систематичних коливань є коефіцієнти нерівномірності, які обчислюються відношенням максимального і мінімального рівнів динамічного ряду до середнього. Що більша нерівномірність процесу, то більша різниця між цими двома коефіцієнтами. Таку закономірність варто врахувати під час здійснення обчислень, пов'язаних із вивченням явищ та процесів соціальних комунікацій.

Для пошуку причиново-наслідкових зв'язків у соціальних комунікаціях звертаються до *методу статистичного зведення*. Систематизація одиничних фактів, яка дає змогу знайти узагальнювальні показники, що описують усю досліджувану сукупність, а також її окремі частини, за пропозицією С. В. Штефан, називається статис-

тичним зведенням (*методом статистичного зведення*). Основне завдання методу статистичного зведення, на думку фахівців, полягає у виявленні і вивченні типових рис та закономірностей, властивих досліджуваному явищу загалом.

Фахівці статистики пропонують диференціювати метод статистичного зведення за критерієм «Складність побудови зведення» на два види:

- просте зведення;
- складне (групове) зведення.

*Просте зведення* полягає у загальному підсумку усіх одиниць сукупності. Таке зведення виконують без розбиття, на думку С. В. Штефан, досліджуваної сукупності на частини за певними ознаками.

Прикладом застосування простого зведення варто вважати підрахування кількості інтерв'юєрів у конкретному опитуванні. Вид простого зведення у методологічному плані застосовують в оперативних дослідженнях.

*Складне зведення* (або групове) полягає в розподілі одиниць сукупності на групи за декількома істотними, за оцінками дослідників, ознаками. Згаданий розподіл здійснюється методом групування, який передбачає підрахунок групових та загальних підсумків. Прикладом залучення методу складного зведення є підрахунок кількості опитуваних за віковими категоріями (наприклад, від 17–18 до 22–25 років; від 26 до 33–35 років; від 36 до 45 років і т. д.).

В основу зведення первинного статистичного матеріалу покладено *метод групування*. Він, за словами С. В. Штефан, не тільки забезпечує систематизацію та узагальнення результатів спостереження, а є базою для застосування інших методів статистичного аналізу, таких як порівняльний аналіз, аналіз причин групових відмінностей, вивчення взаємозв'язків між факторами та визначення сили їх впливу на результативні показники.

Дослідники зазначають, що групування є процесом утворення однорідних за найістотнішими ознаками груп. Саме тому групування може здійснюватись за якісною і за кількісною ознаками. Відомо, що групування є *трьох видів*: типологічне, структурне й аналітичне.

*Типологічним групуванням*, на думку дослідників, називають групування, при якому складна сукупність, що містить неоднорідні одиниці, розкладається на ряд якісно однорідних груп за типологічною ознакою (соціальний склад населення, форма власності, рівень

освіти тощо). Основне завдання такого групування – ідентифікація типів, класів.

*Структурне групування*, як зауважують фахівці, застосовують із метою надання характеристики співвідношень між окремими частинами якісно однорідної сукупності, вивчення їхньої зміни у різні періоди спостереження. С. В. Штефан наводить такі приклади структурного групування: структура населення за статтю, віком, місцем проживання, освітою, сімейним складом; організацій – за кількістю працівників, кількістю робочих місць тощо.

За допомогою *аналітичного групування* досліджують взаємозв'язок між факторними (незалежними) та результатною (залежною) ознаками. Аналітичне групування здійснюється за двома ознаками: одна ознака відбиває причину (факторна), друга – наслідок (результатна).

Суть групування полягає в діленні ознак на однакову кількість груп, кожна з яких характеризується середнім значенням результатної ознаки. Наприклад, можна групувати за певними ознаками телепередачі (політичні, новинні, про культурні події, спортивні, наукові тощо; ток-шоу, реаліті-шоу, талант-шоу, кулінар-шоу, спорт-шоу тощо). Під час групування слід визначити провідну ознаку – якісну однорідність досліджуваної сукупності.

О. О. Чалієв пропонує, окрім табличного і графічного методів, вирізняти *текстовий метод* аналізу даних. На думку автора, текстову форму презентації статистичних даних (текстовий метод) застосовують при наявності невеликої кількості показників.

Дослідникові соціальних комунікацій варто звернути увагу на *табличний метод* (табличну форму аналізу), суть якого полягає у зведенні цифрових показників у таблиці, що значно полегшує інтерпретацію й аналіз отриманих даних. Також табличний метод обробки даних допомагає вченому рухатися далі в процесі інтерпретації даних і на базі табличних показників складати графіки, циклограми, діаграми тощо. Табличний метод передбачає звернення до статистичних таблиць.

Статистичною таблицею О. О. Чалієв називає систему рядків і стовпчиків, у яких у певній послідовності і зв'язку викладено статистичну інформацію про соціально-економічні явища. У дослідженнях соціальних комунікацій у таблицях подається статистична інформація про соціально-комунікаційні процеси, явища, закономірності (наприклад, див. табл. 3.6).

**Соціальні комунікації факторів, що впливають на управління операційними системами і формування баз даних<sup>1</sup>**

№ п/п	Співробітник	Характерні риси (фактори), в балах					
		Тямкість	Компетентність	Навички праці на комп'ютері	Стримкість до самовдосконалення	Досвід	Вирішальність
1	А	7	9	8	3	5	7
2	Б	4	6	6	5	4	9
3	В	8	8	9	2	9	6
4	Г	5	5	7	9	3	7
5	Д	7	6	9	5	5	8
6	Серед.	6,4	6,8	7,8	4,8	5,2	7,4

Для зручності укладання таблиць існують певні правила і принципи. Треба розрізняти підмет і присудок статистичної таблиці.

*Підмет статистичної таблиці* – це об'єкт, що виражає або одиниці сукупності, або групи одиниць, або сукупність загалом.

*Присудок статистичної таблиці* – це характеристика підмета, зазвичай в числовій формі.

Статистична таблиця побудована таким чином, що обов'язково має бути заголовок, який визначає те, до якого виду чи класу, до якої категорії та до якого часу належать ці таблиці.

Саме характер підмета і присудка визначають вид статистичної таблиці, серед яких вирізняють:

- 1) прості статистичні таблиці;

<sup>1</sup> За: *Виходець О. М.* Вплив технології обробки документів на соціальні комунікації співробітників. – Режим доступу – <http://www.google.com.ua/url?sa/Виходець>

- 2) групові;
- 3) комбіновані.

Як тлумачить О. О. Чалієв, у підметі простої таблиці об'єкт вивчення не підрозділяється на групи, подається або перелік усіх одиниць сукупності, або вказується сукупність у цілому». Причому у підметі груповій таблиці об'єкт вивчення «підрозділяється на групи за однією ознакою, а в присудку вказуються число одиниць у групах (абсолютне або у відсотках) і зведені показники по групах». У підметі комбінаційній таблиці, за словами автора, сукупність поділена на групи не поодинці, а за декількома ознаками.

Статистичну таблицю треба, за порадами фахівців, будувати за такими правилами:

- 1) підмет таблиці розташовується в лівій (рідше – верхній) частині, а присудок – у правій (рідше – нижній);

- 2) заголовки стовпців містять назви показників і їхні одиниці виміру;

- 3) підсумковий рядок завершує таблицю і розташовується в її кінці, але інколи буває першим: у такому випадку в другому рядку роблять запис «у тому числі», і подальші рядки містять складові підсумкового рядка;

- 4) цифрові дані записуються з однією і тією ж мірою точності в межах кожного стовпця, при цьому розряди чисел розташовуються під розрядами, а ціла частина відділяється від дробової коми;

- 5) у таблиці не повинно бути порожніх клітинок: якщо дані дорівнюють нулю, ставиться знак «—» (прочерк); якщо дані не відомі, робиться запис «відомостей немає» або ставиться знак «...» (трикрапка). якщо значення показника не дорівнює нулю, але перша значуща цифра з'являється після прийнятої міри точності, робиться запис 0,0 (якщо, наприклад, була прийнята міра точності 0,1).

Дані статистичної таблиці часто ілюстровані графіками або іншими видами гістограм. Отже, статистичні графіки є одним із методів презентації (ілюстрації) статистичних даних.

О. О. Чалієв *статистичними графіками* пропонує називати умовні зображення числових величин і їхніх співвідношень завдяки лініям, геометричним фігурам, рисункам або географічним картам-схемам.

Треба прислухатися до зауважень фахівців, які стверджують, що графічний метод презентації статистичних даних має певні недоліки, наприклад:



- 1) не всі статистичні дані можуть бути розміщені на графіку;
- 2) на графіку демонструються тільки округлені дані (неточні);
- 3) графік зображує лише приблизну ситуацію, вказуючи тільки на провідні тенденції явища, процесу;
- 4) графіки досить важко будувати (втім, маючи навички роботи із спеціальними комп'ютерними програмами з побудови графіки, можна досить вміло продемонструвати мову цифр завдяки графіці).

## Список використаних і рекомендованих джерел

1. *Виходець О. М.* Вплив технології обробки документів на соціальні комунікації співробітників / О. М. Виходець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.google.com.ua/url?sa=Виходець>
2. Загальна теорія статистики : [під ред. А. Я. Боярського, Г. А. Громико]. – 2-е вид. – М. : Вид-во Моск. ун-ту, 1985.
3. Загальна теорія статистики: статистична методологія до вивчення комерційної діяльності : підручник / А. І. Харламов, О. З. Башин, В. Т. Бабурін та ін. ; [під ред. А. А. Спіріна, О. З. Башин]. – М. : Фінанси і статистика, 1994.
4. Логіка : підручник / В. Д. Титов, С. Д. Цалін, О. П. Невельська-Гордеева та ін. ; [за заг. ред. проф. В. Д. Титова]. – Х. : Право, 2005. – 208 с.
5. Методи наукового дослідження // Філософські методи наукового пізнання : методичні рекомендації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [lp.edu.ua PN/Metodychka\\_Phil\\_Metody\\_nauk\\_piznannia.doc](http://lp.edu.ua/PN/Metodychka_Phil_Metody_nauk_piznannia.doc)
6. Метод статистичного дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bookdn.com/book\\_397\\_glava\\_2\\_Tema\\_01.PREDMET\\_%D0%86\\_METOD\\_STA.html](http://bookdn.com/book_397_glava_2_Tema_01.PREDMET_%D0%86_METOD_STA.html)
7. *Набока Р. М.* Статистика : опорний конспект лекцій / Набока Р.М. – Херсон, 2009. – С. 75–77.
8. Статистика : курс лекцій / [укл.: О. В. Мізіна]. – Донецьк : ДоНТУ, 2010. – 134 с.
9. Статистичні методи досліджень : тексти лекцій / [укл. Штефан С. В.] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/navch/StatMetodyDoslid.pdf>
10. Статистичний словник / [гол. ред. М. А. Корольов]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – М. : Фінанси і статистика, 1989.

11. *Сумарокова Л. М.* Основи логіки: навч. посіб. / Л. М. Сумарокова – Одеса : Юридична література, 2003. – С. 95.

12. *Філософія* : навч. посіб. / Л. В. Губерський, І. Ф. Надольний, В. П. Андрущенко та ін. ; [за ред. І. Ф. Надольного]. – 3-те вид., стереотип. – К. : Вікар, 2002. – С. 272–273.

13. *Холод О. М.* Логіка : навч. посіб. / О. М. Холод. – Кривий Ріг : КНЦ ОНЮА, 2006. – С. 131–132.

14. *Чалиев А. А.* Статистика : курс лекцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chaliev.narod.ru/statistics/lection4-formy-predstavleniya-statisticheskikh-dannyh.html>

### **3.1.4. Гіпотетико-дедуктивний метод**

До гіпотетико-дедуктивного методу звертаються у тому випадку, коли необхідно перевірити висунуту гіпотезу завдяки потенціалу дедуктивного методу. Іншими словами, дослідник висуває припущення і дедуктивним методом доводить або спростовує його.

Глумачення гіпотетико-дедуктивного методу, яке пропонують філософи, де в чому відрізняються від поданого раніше. Наприклад, І. Ф. Надольний вважає, що гіпотетико-дедуктивний метод – це метод наукового дослідження, який полягає у висуванні гіпотез про причини досліджуваних явищ і у виведенні з цих гіпотез висновків шляхом дедукції. Інші автори називають гіпотетико-дедуктивний метод способом теоретичного дослідження, сутність якого полягає у створенні системи дедуктивно зв'язаних між собою гіпотез, із яких у підсумку виводяться твердження про емпіричні факти. Автори вважають, що гіпотетико-дедуктивний метод заснований на виведенні (дедукції) висновків із гіпотез і інших посилок, істинні значення яких невідомі. Варто зазначити, що висновок, отриманий на основі цього методу, неминуче буде мати лише можливий характер. Звичайно гіпотетико-дедуктивний метод зв'язаний із системою гіпотез різного рівня спільності і різної близькості до емпіричного базису. На думку авторів, гіпотетико-дедуктивний метод орієнтований на опис насамперед формальної структури «готового знання» і його форм у відволіканні від їхнього генезису і розвитку. Різниця між наведеними визначеннями є несуттєвою і дає будь-якому дослідникові чітку орієнтацію у тому, що суть гіпотетико-дедуктивного методу полягає у такому:

- 1) має бути гіпотеза про предмет дослідження;
- 2) треба залучати додатковий метод дедукції для з'ясування причинно-наслідкових зв'язків між предметом дослідження і наслід-

ками, які фіксуються як результат його (предмета) функціонування в навколишньому середовищі.

Під час використання гіпотетико-дедуктивного методу треба пам'ятати про те, що логічний метод дедукції не може функціонувати без логічного методу індукції, оскільки дедукція є зворотнім боком індукції, і навпаки.

З метою ілюстрації застосування гіпотетико-дедуктивного методу дослідження при вивчення соціальних комунікацій наведемо такий приклад. Дослідник із позиції теорії симулякрів Ж. Бодрійяра та теорії інмутації О. Холода вивчає симулякр «Аушвіц» як технологію інмутації пам'яті. Проблему дослідження науковець сформулював таким чином. Теорія Ж. Бодрійяра пропонує розглядати реальний світ як світ нереальний. Недарма Нео – герой епохального фільму «Матриця» – у руках тримає книгу Ж. Бодрійяра «Симулякри та симуляції». Саме вчення дослідника найбільше відповідає ідеї згаданого фільму: якщо ви вважаєте, що живете в реальному світі, це ще не означає, що ви в ньому живете. Реальний світ помінявся місцями зі світом уявлень, фантазій, електронних копій, дублікатів та симулювання реальних стосунків між людьми. За сюжетом фільму «Матриця», будь-який герой може повернутися до реального світу шляхом телефонного дзвінка. Той, хто телефонує через телефонний дріт, повертається в нереальний світ, який люди вважають за реальний. Жан Бодрійяр наводить приклад утворення копії реального і втрати реальних функцій оригіналу справжніх історичних речей. «...Під завісою спасіння оригіналу, відвідувачам заборонили доступ до гротів Ласко, але за п'ятсот метрів збудували їхню точну копію», – повідомляє дослідник. Кожний відвідувач може побачити реконструкцію гротів. Можливим у такому випадку, як вважає Ж. Бодрійяр, стає факт того, що пам'ять про оригінальні гроти зникне зі свідомості прийдешніх поколінь і тоді зникнуть розбіжності між оригіналом і копією. Висновок Ж. Бодрійяра парадоксальний: «дублювання достатньо, аби обидва об'єкти стали однаково штучними». Отже, будь-який об'єкт реальності при його дублюванні поступово втрачає свої цінності як оригінал і перетворюється на симулякри («знаки або несамототожні феномени, які направляють до чогось іншого, і саме тому симулятивні»). Так само свого часу вийшло зі спробою людства утворити копію концентраційного табору «Аушвіц-1», що й тепер розташований біля невеличкого польського містечка Освенцим. Досліджуваною проблемою є не стільки незнання ефекту, який описав Ж. Бодрійяр, та згадав

дослідник випадку, скільки те, що сучасне суспільство достеменно не знає, як сприймати чи то готи Ласка (приклад Ж. Бодрійяра), чи то страждання євреїв та слов'ян, які були зігнані в систему концентраційних таборів «Аушвіц-1, 2, 3», чи то експонати будь-якого музею (наприклад, краєзнавчого музею м. Кисва, де демонструються залишки мамонтів або стійбища первісної людини, як в історико-етнічному музеї просто неба під м. Переяславом-Хмельницьким). Зокрема, страждання слов'ян і євреїв у таборах «Аушвіц» для того, хто вперше відвідує концтабір-музей, здаються жахливими й моторошними. Під час переповіді власних вражень кожний відвідувач Аушвіца додає емоції й описи, які відрізняються від реальних, від тих, про які розповідав екскурсовод. Він, до речі, також не відчуває того первісного страждання від споглядання за купою валіз, навалених до стелі, чи гори окулярів, зірваних силоміць з облич мешканців концтабору. Екскурсовод вже звик до емоцій відвідувачів, але сам не в стані постійно перебувати в аурі страждання й співпереживання. Саме тому сучасне суспільство не сприймає «по-справжньому» біль і страждання справжніх в'язнів «Аушвіца». Якщо не існує справжніх відчуттів фізичних страждань, значить не існує й справжнього «Аушвіца». Він штучний. Він несправжній, хоча й проіснував понад 5 років (початок робіт з облаштування таборів смерті значиться кінцем грудня 1941 року – початком січня 1942 року, хоча наказ Г. Гімлера про створення концтабору підписано 20 травня 1940 року; радянські війська ввійшли до табору «Аушвіц» 27 січня 1945 року, що й знаменувало закінчення існування «машини» смерті). Музей, на який перетворено «Аушвіц» зразка 1941–1945 років, не є реальним. Він – тільки симуляція реального, яке існувало в минулому. Отже, ті, хто відвідує «Аушвіц», є обманутими: вони не відчувають співчуття, болю й жаху катування, не чують «запаху» смерті. Суспільство обманює себе, бреше прийдешнім поколінням, симулюючи реальну картину світу і, разом із тим, стимулюючи і навіюючи спогади про жахливе минуле. Описана стимуляція за рахунок симуляції тягне за собою інмутацію (зміну моделей поведінки) суспільства. Разом із тим стимуляція симуляції, у наведеному випадку, є симулякром «Аушвіца», або знаком болю і страждання, ненависті і смерті, за яким нічого не міститься. Не міститься реальних болю і страждання, смерті і ненависті. Отже, у свідомості нинішніх поколінь завдяки системі дій-комплексів (технологій) утворено симулякр пам'яті, або знаковий замітник реальності, який стимулює несправжні відчуття, їхні замітники.

На підставі зазначеного, об'єктом дослідження дослідник виокремив технологію інмутації пам'яті, предметом – стимулювання симуляції «Аушвіц» як технологію інмутації пам'яті (з позицій теорії симулякрів Ж. Бодрійяра).

Науковець передбачив, що теорія симулякрів Ж. Бодрійяра і теорія інмутації суспільства О. Холода можуть пояснити феномен стимулювання симуляції «Аушвіц» як технологію інмутації пам'яті.

Метою дослідження було визначити й описати феномен стимулювання симуляції «Аушвіц» як технологію інмутації пам'яті з позицій теорії симулякрів Ж. Бодрійяра та теорії інмутації О. Холода.

#### **Методи дослідження.**

Науковець звернувся до наукового методу емпіричного дослідження, а саме – спостереження, яке дозволило зафіксувати фрагменти реальності, безпосередньо перебуваючи в історичному меморіалі-пам'ятнику «Аушвіц» (м. Освенцим, Польща).

Завдяки *гіпотетико-дедуктивному* методу дослідник висунув передбачення, під час перевірки якого дедукцією йому вдалося довести правильність твердження про існування феномену стимуляції симуляції «Аушвіца» як технології інмутації пам'яті.

Загальнологічні методи і прийоми дослідження (аналіз, синтез, абстрагування, індукція, ідеалізація та аналогія) були підкріплені системним підходом до аналізованого феномену.

Методика дослідження полягала у дотриманні таких процедур наукового пошуку:

1) аналіз певних положень теорії симулякрів Жана Бодрійяра (за працею «Симулякри та симуляція»;

2) аналіз окремих положень теорії інмутації суспільства Олександра Холода (за працями «Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості», «Теорія інмутації суспільства» та «Комунікаційні технології»);

3) здійснення опису фрагментів реальності, які зберігаються на території сучасного історичного музею-меморіалу «Аушвіц» у м. Освенцим у Польщі, з метою пошуку в них та функціях, які вони зазвані виконувати, ознак:

- інмутації (зміни моделей поведінки на гірше);
- технології (комплексу-дії) інмутації;
- симулякрів (знаків-замінників реальності);

- симуляції завдяки симулякрам;
- феномену стимулювання симуляції «Аушвіц»;
- стимулювання симуляції пам'яті як інмутаційної технології.

4) за допомогою узагальнення довести правильність передбачення про те, що стимулювання симуляції «Аушвіц» виконує роль технології інмутації пам'яті суспільства.

Виконуючи першу дослідницьку процедуру – проаналізувати певні положення теорії симулякрів Жана Бодрійяра (за працею «Симулякри та симуляція»), дослідник диференціював такі основні положення згаданої теорії.

1. Весь світ складається з уявної реальності, яка не існує насправді.

2. Простір, що оточує людину, наповнений знаками (симулякрами), які є заміниками реальності, оскільки за знаками нічого нема.

3. Простір, який автор називає «гіперреальністю», – симулятивний. Він симулює реальність. Іншими словами, за реальністю нічого не стоїть.

4. Існує щонайменше три види симулякрів, а саме: 1) копії, які не є функціональними у суспільстві; 2) функціональні аналоги, що виконують у суспільстві певну роль; 3) суто симулякри, до яких автор запропонував віднести гроші, моду й громадську думку.

Наведені тези окремих положень теорії симулякрів Ж. Бодрійяра пізніше будуть залучені дослідником із метою детального доведення висунутої гіпотези.

Друга дослідницька процедура передбачала аналіз окремих положень теорії інмутації суспільства Олександра Холода (із доповненнями: Т. Клінкової, Н. Кравченко, Д. Борисенка, Р. Василюшина). Враховуючи раніше викладені положення теорії, тепер автор пропонує розглядати процеси маніпуляції не як негативні, а як такі, що мають якнайменше три смислові наповнення: 1) *мутація* (зміна моделі поведінки суспільства на краще); 2) *інмутація* (зміна моделі поведінки суспільства на гірше); 3) *абмутація* (від скорочення двох латинських слів «absentia» – відсутність та «mutation» – зміни). Шляхом усікання основи першого слова «ab-sentia» та приєднання префіксу ab- до слова «mutation» О. М. Холод отримав складне слово латинською мовою «abmutation», яке в українському написанні набуло такого вигляду «абмутація», що означає відсутність змін у моделях поведінки суспільства.

Кожний термін («мутація», «абмутація», «інмутація») має власне смислове наповнення і передбачає інші терміни, що означають ступені градації групи процесів.

Мутація диференціюється на такі три групи процесів: 1) додавання; 2) модифікація; 3) трансформація (детально процеси описані).

Абмутація також має три групи процесів, а саме: 1) наявність бажання змінити модель поведінки, але відсутність засобів для цього (+Б –З); 2) наявність засобів для здійснення змін, але відсутність бажання (+З –Б); 3) відсутність бажання змінити модель поведінки і засобів для реалізації такої зміни (–Б –З).

Інмутація охоплює такі три групи процесів: 1) розбалансування; 2) знищення; 3) руйнування (процеси описані детально).

Перелічені процеси маніпуляції поведінкою суспільства здійснюються під впливом епістеми (системи знань певної епохи) з позицій двох аксіологічних систем, що спираються на 1) норми суб'єкта і 2) норми суспільства. Саме зміни епістеми й аксіології породжують *ефект відтяжки* (термін Д. Борисенка у трактуванні О. Холода): коли те, що з позицій однієї епістеми оцінювалося як позитивне, може через певний проміжок часу набувати негативного забарвлення, а то й смислу, який є протилежний позитивному. Узагальнене бачення теоретичних положень теорії інмутації автор подає далі (див.: рис. 15).

Положення теорії інмутації Олександра Холода (із доповненнями Т. Клінкової, Н. Кравченко, Д. Борисенка, Р. Василюшина) знайдуть свою реалізацію під час пошуку ознак мутації, абмутації, інмутації – з одного боку, та ознак симулякрів – з іншого.

Третє завдання, визначене науковцем у дослідженні, полягає в тому, щоб здійснити опис фрагментів реальності, які зберігаються на території сучасного історичного музею-меморіалу «Аушвіц» у м. Освенцим у Польщі, з метою пошуку в них та функціях, які вони завдані виконувати, ознак: інмутації (зміни моделей поведінки на гірше); технології (комплексу-дії) інмутації; симулякрів (знаків-замінників реальності); симуляції завдяки симулякрам; феномену стимулювання симуляції «Аушвіц»; стимулювання симуляції пам'яті як інмутаційної технології.

Доведенням наявності інмутації (зміни моделей поведінки на гірше) суспільства завдяки акуратному збереженню реалій періоду функціонування концентраційного табору «Аушвіц» у м. Освенцим є такі факти:

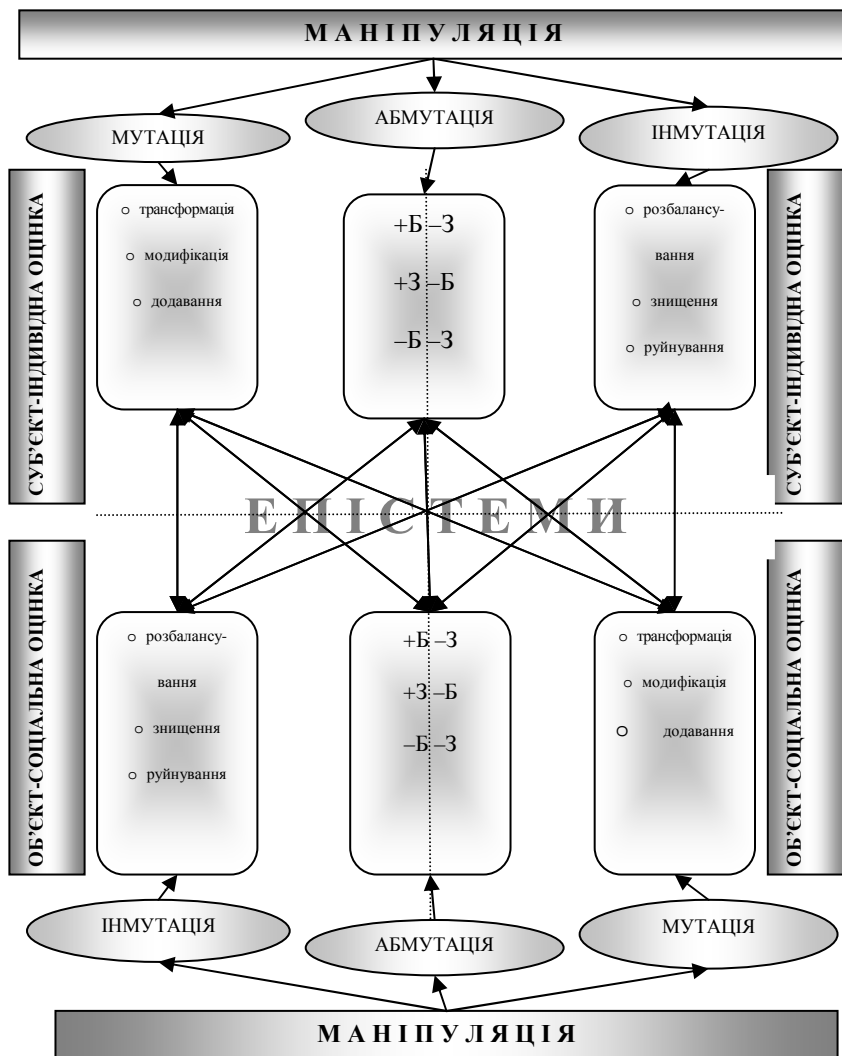


Рис. 15. Модель маніпуляції суспільства (2012)  
 розробка: О. М. Холод (2006–2012);  
 доповнення: Т. О. Клінкова (2007–2011), Н. О. Кравченко (2007–2011),  
 Д. О. Борисенко (2011), Р. Я. Васишин (2011)



Примітки:

- + Б – З – є бажання, немає засобів їх реалізації;
- Б + З – немає бажання, є засоби його реалізації;
- Б – З – немає ані бажання, ані засобів його реалізації.

1) після перегляду експозицій, розташованих у колишніх бараках, де мешкали в'язні-євреї, молоді члени делегації з Ізраїлю виходили не тільки сумними і «вбитими»; вони змушені були мовчати, оскільки не могли підібрати слів, завдяки яким у них з'явилась б можливість висловити свій гнів і озлобленість, розпач і безсилля; демонстровані експонати музею змінили на гірше поведінку молодих ізраїльтян;

2) представники інших національностей, переглянувши, наприклад, приміщення, у якому спалювали людей, виходили і змінювали свій погляд на довколишні речі: дехто відмовлявся від їжі, дехто не хотів говорити взагалі ні про що, дехто прагнув якомога швидше покинути територію меморіалу; їхня поведінка змінилася на гірше, тобто інмутувала;

3) переказуючи свої негативні враження про перегляд камер тортур та описуючи дворик зі стіною, біля якої щодня розстрілювали по 10–15 мешканців бараків Аушвіца, кожний з екскурсантів додавав ще більше негативних емоцій, які поглиблювали не тільки негативне враження слухачів, але й утворювали негативний образ місця, про яке йшлося у переказі; наявною є інмутація тих, хто відвідав «Аушвіц».

Концтабір «Аушвіц» як місце жахів і смерті, експериментів над людьми та концентрації ненависті до людей є міжнародним місцем функціонування технології (комплексу-дії) інмутації. Доведенням висловленої тези є такі факти:

1) кожного, хто приїздить до «Аушвіца», чекають технології (комплекси-дії) інмутації, спрямовані на ознайомлення з жахіттями часів нацизму, що панував у Європі протягом 1940–1945 років. До таких комплексів-дій слід віднести:

а) централізовану транспортну доставку відвідувачів (до м. Освенцим регулярно, за графіком, їздять автобуси, зупиняючись спеціально біля повороту дороги, яка веде до входу в меморіал);

б) організацію екскурсій територією табору смерті (придбання спеціально заготовлених квитків, оплата екскурсовода, продуманий маршрут, спеціальні мапи «Аушвіца»);

в) наявність торговельного комплексу (книжкові розкладки, буфети, кав'ярні, продаж сувенірів (!), альбомів фотографій і малюнків концтабору);

г) наявність книги відгуків;

г) фотографи, які можуть сфотографувати відвідувачів на тлі будь-якого фрагменту концтабору;

д) спеціально облаштована стоянка автобусів та автомобілів біля входу до меморіалу.

2) кожний експонат чи комплекс експонатів меморіалу «Аушвіц» підтверджують думку про те, що вони є частиною технології (комплексів-дій) інмутації:

а) ретельно підготовлений до перегляду й пофарбовані та вибілені стіни;

б) вітрини з оргскла протерті,

в) таблички підписано двома мовами – польською та англійською;

г) у зріст людини зроблені фотографії жертв, на яких випробували нові на той час «медичні» препарати;

г) за вітринами ніби хаотично накидані чи то окуляри, чи то валізи, чи то взуття загиблих в'язнів).

3) рух відвідувачів меморіалу чітко продумали не лише екскурсоводи, але й спрямовують білі лінії-смуги, які вказують напрям руху за маршрутом, котрий чітко розрахований посилювати негативне враження: усе це є технологією інмутації.

Отже, концентраційний табір смерті «Аушвіц» є міжнародним місцем функціонування технології (комплексу-дії) інмутації.

Згідно з концепцією Ж. Бодрійяра, дослідник запропонував вважати «Аушвіц» симулякром, або знаком-замінником реальності. Доведенням декларованої думки треба вважати декілька аргументів.

По-перше, те, що відбувалося в таборі смерті «Аушвіц» у період від 1940 до 1945 років, було понад сімдесят років тому. За цей час у суспільстві виросло два покоління мирних людей. Співіснування ґрунтувалося й ґрунтується не на принципах і законах військового часу, часу окупації чи існування концентраційних машин страсти в'язнів. Існування двох поколінь нових (повоєнних) людей стало фактом поступового стирання інформації про жахи «Аушвіца». Нове, третє покоління, яке є поколінням «мережевих мандрівників» (тер-

мін О. Холода), взагалі перестало цікавитися пам'яттю про минуле. Не тільки про «Аушвіц», але й про Другу світову війну. Покоління тинейджерів є поколінням «мережево просунутої амнезії» (термін О. Холода). Саме тому, що постійно пам'ятати про негативні сторінки світової історії Голокосту неможливо, нове покоління й не пам'ятає про палаючі печі «Аушвіца». Відбувається стирання інформації про негативне, тобто інмутація поколінь. У цьому дослідник вбачає спустошеність образу смерті на ім'я «Аушвіц». За спустошеним образом для молодого покоління мережево просунутої амнезії нічого не стоїть. Хіба що пусті слова, симулякри як замітники реальності.

По-друге, «Аушвіц» слід вважати симулякром, тому що друге повоєнне покоління людей перестало приділяти наповненню образу смерті «Аушвіц» належну увагу. Третє покоління (ті, хто нині має не більше двадцяти років від народження) не виховано на традиціях обов'язкових уроків пам'яті (наприклад, першого вересня кожного навчального року), на ритуалі прийняття в піонери чи комсомольці біля пам'ятників воїнам-визволителям. Останні, до речі, у багатьох країнах Європи нині вже не вважаються визволителями. Їхню роль визначено як роль окупантів. Відбувається глобальна девальвація образів жертв Голокосту в «Аушвіці». Страждання перестали бути такими. Вони – пусте місце в пам'яті третього повоєнного покоління. Страждання стали симулякром. «Аушвіц» теж. Друга світова війна – один великий симулякр, оскільки в підручниках з історії багатьох країн світу розповіді про неї приділено від половини сторінки (підручники з історії в американських школах) до двох-трьох сторінок в українських та російських підручниках.

Отже, описані два фактори дозволяють дослідникові стверджувати, що «Аушвіц» нині є симулякром.

Варто також довести думку про те, що завдяки симулякром (на кшталт «Аушвіца») відбувається симуляція справжніх відчуттів, почуттів, минулого й, певною мірою, майбутнього прийдешніх поколінь.

Декларовану думку дослідник доводить декількома аргументами.

1. Як відомо, симуляцією називають імітацію певної реальної речі, ситуації, чи процесу, який передбачає відтворення деяких ключових властивостей чи поведінки обраної фізичної, чи абстрактної системи. «Аушвіц» як табір смерті імітує реальні речі, відтворює

в пам'яті людства спогади про вбивства, тортури, кров і ненависть, гнів і безсилля тих, хто жив сімдесят років тому. «Аушвіц» тільки нагадує деякі властивості справжнього місця концентрації болю і страждань. Отже, «Аушвіц» – симулятор.

2. Табір смерті «Аушвіц» псує майбутні покоління. Діти, які відвідують «Аушвіц» разом із дорослими, не виявляють особливого інтересу до розповіді екскурсантів, експонатів, фотографій, відтворення минулої атмосфери із «запахом» смерті. Діти не можуть уявляти собі того, чого бодай на крихту не відчули. У них відсутнє відчуття болю і страждань. Вони не знають «запаху» смерті. Діти не можуть бути симуляторами, бо не вміють імітувати непережите. Саме тому є підстави стверджувати, що прийдешні покоління, майбутні нинішніх поколінь, співчуття сльозам і розпачу дорослих, на догодження їм, будуть симулювати співпереживання й розуміння проблеми концтаборів. Нинішні дорослі вирощують симулянтів, імітаторів реальності, імітаторів минулого.

Зауважмо, що нині повноцінно функціонує феномен стимулювання симуляції «Аушвіц», сутність якого полягає в такому: симуляція (імітування) співчуття і емпатія болю минулого активно стимулюється старшим поколінням, людям похилого віку. Така стимуляція є напрочуд вдалою завдяки демонстрації жахів «Аушвіца» періоду 1941–1945 років. Але саме така імітована симуляція не є ефективною.

Наведене твердження має декілька доказів. Перш за все, слід занотувати, що тільки на території колишніх республік СРСР, а також у колишніх країнах соціалістичного «табору» майже в кожному місті є хоча б один пам'ятник воїнам, загиблим під час Другої світової війни 1939–1945 років. До того ж, на території нинішньої Польщі, окрім меморіалу «Аушвіц», існує декілька аналогічних (наприклад, «Треблінка», «Белжець», «Брезінка (Біркенау)», «Береза-Картузька» (1934), які ніяк не налаштовують громадян Європи на світле майбутнє: табори успішно функціонують як історичні місця, пам'ятники, меморіали-комплекси. Щорічно мільйони туристів відвідують такі жахливі місця, але щороку число відвідувачів падає. Відвідування таких історичних меморіальних об'єктів має прозору назву «похмурий туризм» (термін належить Т. Б. Заставецькому). Автор повідомляє про те, що колишній концтабір «Аушвіц» відвідують найбільше зі всіх подібних об'єктів і доводить це цифрами: 2007 року

музей відвідало 1,2 млн осіб. Судячи із власного досвіду дослідника, варто повторити слова колег, які не радили їхати на екскурсію до «Аушвіца»: «Не їдьте туди. Там пахне смертю». Від відвідин таких похмурих місць настрої не стане краще, пам'ять не стане вільною, подальше життя відвідувача назавжди буде супроводжувати «запах смерті». Схожа тенденція і серед туристів таких похмурих місць як, наприклад, крематорій чеського села Грушовани поблизу міста Хомутов. Відвідувачі згаданого жакливого місця «годують» мешканців села, тобто дохід від екскурсійної справи наповнює бюджет села Грушовани. На підставі наведених фактів, варто стверджувати, що теза про те, що феномен стимулювання симуляції «Аушвіц», нині повноцінно й успішно функціонує в Європі, є доведена.

Останнє твердження стосується того, що стимулювання симуляції пам'яті виконує роль інмутаційної технології. Щорічне (понад мільйона осіб) відвідування «похмурих» місць свідчить про те, що, з одного боку, стимулювання симуляції пам'яті про негативні сторінки історії людства здійснюється успішно, з іншого боку, – про те, що стимулювання симуляції пам'яті про жахи «Аушвіца» перетворилося на десятки комплексів-дій (технологій), які змінюють моделі поведінки суспільства і на краще, і на гірше. На сьогодні відсутні дослідження, результати яких підтвердили б думку дослідника про те, що стимуляція симуляції пам'яті може виконувати ще й роль абмутації (відсутності будь-яких змін у моделях поведінки суспільства).

Дослідник доводить тезу про те, що стимулювання симуляції пам'яті виконує роль інмутаційної технології.

Стимулювання (імітація) того, що покоління людей, які пройшли торттури «Аушвіца», постійно пам'ятають про пережите там, здійснюється планомірно, цілеспрямовано, ефективно й рентабельно (!). Наприклад, як уже зазначено раніше, відвідування «Аушвіца» відбувається за планом, у певні години доби та конкретні дні тижня:

➤ *планомірність* стимулювання: щомісяця, в один із заздалегідь призначених днів, здійснюються санітарні заходи на території симулякру «Аушвіц»;

➤ *цілеспрямованість* стимулювання: акуратне збереження й щорічні кошти на утримання, обслуговування й ремонт меморіалу протягом більше як 65 років після закриття «Аушвіца», свідчать про наслідування певної мети тих, хто відповідає за перелічені дії;

➤ *ефективність* стимулювання: велика кількість людей щорічно відвідує «Аушвіц», що приносить певні економічні вигоди у вигляді прибутку не тільки для польського міста Освенцим, але й для країни;

➤ *рентабельність* стимулювання: гроші, вкладені нині на підтримку існування «Аушвіца», повертаються до бюджету країни.

Отже, планомірність, цілеспрямованість, ефективність і рентабельність неможливі без певних комплексів-дій, що й забезпечують їхню дієвість. Іншими словами, треба говорити про чіткі технології, які є інмутаційними, оскільки спрямовані на зміну на гірше моделей поведінки суспільства.

За результатами описаного дослідження, науковець доходить висновків.

1. На початку дослідження науковець передбачив, що теорія симулякрів Ж. Бодрійяра і теорія інмутації суспільства О. Холода можуть пояснити феномен стимулювання симуляції «Аушвіц» як технологію інмутації пам'яті. Висунуту гіпотезу доведено повністю.

2. Справді, нині меморіальний комплекс, організований на території концентраційного табору «Аушвіц» біля польського містечка Освенцим, виконує роль феномену стимулювання симуляції «Аушвіц» як технології інмутації пам'яті.

Наведений раніше детальний опис застосування гіпотетико-дедуктивного методу при вивченні симулякративної ролі концентраційного табору «Аушвіц» свідчить про те, що обов'язковими умовами ефективності «дії» гіпотетико-дедуктивного методу є такі дві:

- 1) висування гіпотези;
- 2) доведення її шляхом застосування методу дедукції (просування думки від загального до конкретного).

## **Список використаних та рекомендованих джерел**

1. Аушвиц-Біркенау [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

2. Absentia [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://radugaslov.ru/latin1.htm>

3. Бодрійяр, Жан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

4. *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://lit.lib.ru/k/kachalow\\_a/simulacres\\_et\\_simulation.shtml](http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml)

5. *Борисенко Д. О.* Відтяжки у теорії інмутації суспільства Холода О. М. / Д. О. Борисенко // Теорія інмутації суспільства: pro at contra : монографія / [за ред. проф. Холода О. М.]. – К. : КиМУ, 2011. – С. 83–92.

6. *Боровський О.* В останню туристичну путь. Як один крематорій «годує» все чеське село // Україна молода. – № 143. – 2006. – 8 серп. // Режим доступу : <http://www.umoloda.kiev.ua/number/729/204/26497/>

7. *Василишин Р. Я.* Критика теоретичної моделі інмутації суспільства О. М. Холода / Р. Я. Василишин // Теорія інмутації суспільства: pro at contra : монографія / [за ред. проф. Холода О. М.]. – К. : КиМУ, 2011. – С. 32–40.

8. *Василишин Р. Я.* Доповнення теоретичної моделі інмутації суспільства О. М. Холода / Василишин Р. Я. // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [за ред. О. М. Холода]. – Том 1. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. – С. 345–351.

9. *Заставецький Т. Б.* «Похмурий туризм» як відображення трагічних подій у історії та культурі народів / Т. Б. Заставецький [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://geo-tnpu.org.ua/nauka/publ/zasttarpub/dark-turizm-stattya-zastaveckiy.html>

10. *Клінкова Т. О.* Місце мутаційних та інмутаційних процесів у політиці як моделі соціальної комунікації / Т. О. Клінкова // Теорія інмутації суспільства: pro at contra: монографія / [за ред. проф. Холода О. М.]. – К. : КиМУ, 2011. – С. 67–88.

11. *Кравченко Н. О.* Інформаційні пастки у телевізійному просторі як фактор деструкції моделей поведінки суспільства / Н. О. Кравченко // Масмедійна інмутація суспільства : монографія / [Т. О. Клінкова, В. В. Козаченко, Н. О. Кравченко та ін. ; за ред. О. М. Холода]. – Кривий Ріг–Запоріжжя, 2009. – С. 171–220.

12. *Кравченко Н. О.* Наслідки та дії теорії інмутації суспільства / Н. О. Кравченко // Теорія інмутації суспільства: pro at contra : монографія / [за ред. проф. Холода О. М.]. – К. : КиМУ, 2011. – С. 45–57.

13. Симуляція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // [uk.wikipedia.org/wiki/Симуляція](http://uk.wikipedia.org/wiki/Симуляція)

14. *Холод О. М.* Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості / О. М. Холод. – У 3-х т. – Том 1 : Теорія інмутації суспільства : монографія. – К. : КиМУ, 2010. – 213 с.

15. *Холод О. М.* Теорія інмутації суспільства : монографія / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2011. – 305 с.

16. *Холод О. М.* Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – К. : ЦУЛ, 2012. – 314 с.

17. *Холод О. М.* Інмутація рекламних явищ / О. М. Холод // Світ соціальних комунікацій : науковий журнал / [за ред. О. М. Холода]. – Т. 3. – 2011. – С. 78–95.

18. *Холод О. М.* Інмутація у масмедіа : монографія. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2006. – С. 8–9.

19. *Холод О. М.* Інмутація суспільства в системі маніпуляції (теоретична модель) / О. М. Холод // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 2. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. – С. 456–480.

20. *Холод О. М.* Теорія інмутації суспільства: монографія / О. М. Холод. – К. : КиМУ, 2011. – 350 с.

21. *Холод О. М.* Модель інмутації суспільства в метамоделі маніпуляції / Холод О. М. // Світ соціальних комунікацій : наук. журн. / [гол. ред. О. М. Холод]. – Т. 3. – К. : КиМУ, ДонНУ, 2011. – С. 23–38.

22. *Холод О. М.* Комунікаційні технології : підручник / О. М. Холод. – К. : ЦУЛ, 2012. – 267 с.

23. Эпистема [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pmatsuk.narod.ru/epistema.html>

24. *Gutman M. Berenbaum.* Анатомія лагерь смерти Аушвітц / М. Gutman. – Вашингтон, 1994.

## Питання для самоперевірки

1. Що називають методом спостереження?
2. Які види спостережень ви знаєте?
3. Які параметри повинні бути введені до протоколу спостереження?
4. Що називають методом опису?



### Розділ 3. Методи наукового пізнання

---

5. Як здійснюється опис завдяки словам і знакам?
6. Із якою метою в протоколі спостереження слід фіксувати схему розташування досліджуваних під час здійснення процедур методу?
7. Як здійснюється метод опису завдяки рисункам?
8. Для чого у наукових працях використовують метод опису завдяки графікам?
9. Що називають методом опису завдяки діаграмам?
10. Чим відрізняється опис завдяки діаграмам від опису завдяки циклограмам?
11. Як здійснюється опис завдяки таблицям?
12. Які переваги перед іншими має опис як єдність слова, знаку, схемами, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць?
13. Чим відрізняється кількісний аналіз від якісного?
14. Що називають вимірюванням?
15. Чим відрізняється наукове вимірювання від побутового?
16. Чому в експерименті як методі дослідження відбувається обов'язкове фіксування контрольованих умов?
17. Чим відрізняється лабораторний експеримент від польового?
18. Чому в експериментальних дослідженнях завжди йдеться про можливість або неможливість екстраполяції отриманих результатів?
19. Що називають внутрішньою валідністю?
20. Для чого потрібний квазіексперимент?
21. Що забезпечується формалізацією як методом дослідження?
22. У чому полягає специфічний характер аксіоматичного методу?
23. Що треба називати статистичними методами досліджень в соціальних комунікаціях?
24. Із яких трьох основних стадій складається процес соціально-статистичного дослідження?
25. Що називають методом статистичного спостереження?
26. Із якою метою залучають метод вибіркового спостереження?
27. Що визначають довірчі межі та довірчі ймовірності як спеціальні статистичні шляхи точного вимірювання кількості?
28. Як визначається рівень довіри до результатів дослідження?
29. Із якою метою в статистичних дослідженнях використовують метод інтерполяції та метод екстраполяції?
30. За яких умов під час досліджень соціальних комунікацій залучають текстовий метод?

### Навчальні завдання

1. Класифікуйте всі вам відомі методи спостереження.
2. Назвіть вимоги, що висуваються до якостей дослідника під час залучення методу спостереження.
3. Доведіть доцільність використання методу спостереження разом з іншими методами.
4. Наведіть приклад фіксації даних за допомогою методу самоспостереження.
5. Доведіть думку про те, що метод самоспостереження не є об'єктивним.
6. Назвіть об'єктивні недоліки спостереження як методу.
7. Доведіть доцільність фіксації даних у протоколі під час здійснення спостереження або експерименту.
8. Вкажіть характер трьох-чотирьох нотаток, які зазвичай робляться в протоколах спостереження або експерименту.
9. Доведіть доцільність здійснення фіксації даних при залученні методу завдяки рукописному опису, а не друкованому опису.
10. Перерахуйте позитивні фактори, що вирізняють метод фіксації даних завдяки циклограмам з-поміж інших методів фіксації даних.
11. Назвіть порядок фіксації даних при залученні методу спостереження завдяки цифрам.
12. Використовуючи метод кількісного аналізу, здійсніть запис удаваних отриманих даних.
13. Назвіть одну-дві особливості кількісного аналізу, або переконати опонента в тому, що він не може здійснюватися без якісного аналізу.
14. Оскільки відомо, що інструментом вимірювання є еталон, із яким дослідник порівнює одержані у досліді результати з тими, які прийнято за еталон, зразок, міру, наведіть приклади еталонів для вимірювання соціальних явищ і процесів.
15. Якщо наукове вимірювання здійснюється завдяки: цифровим показникам і формулам без використання спеціальних комп'ютерних програм (геометричне вимірювання, тригонометричне, фізичне, хімічне, статистичне, алгебраїчне), а також завдяки цифровим показникам і формулам з використання спеціальних комп'ютерних програм (наприклад, Office Excel), доведіть пріоритет одного з них.

16. Доведіть доцільність думки Р. Готтсданкера про те, що слід розгалужувати метод експерименту на дві великі групи, а саме на: природні експерименти (що дублюють реальний світ) та штучні експерименти (які покращують реальний світ).

17. Наведіть приклад, у якому є ілюстрація залучення положення про необхідність для експериментатора витримувати внутрішню валідність як правомірність висновку.

18. Знайдіть переваги експерименту *ex post facto* (дослівний переклад означає «від часу після факту» або «після після факту») перед іншими видами експерименту.

19 Наведіть приклад диз'юнктивного способу зв'язку між судженнями.

20. Обґрунтуйте думку про те, що серед логічних критеріїв правильності теорій повинні бути тільки три таких: 1) незалежність аксіом, 2) несуперечливість та 3) повнота.

## Теми рефератів

1. Особливості та норми і вимоги, що висуваються до методу спостереження в соціальних комунікаціях.

2. Опис як метод дослідження соціальних комунікацій.

3. Об'єктивність залучення методу кількісного і якісного аналізу в дослідженнях соціальних комунікацій.

4. Переваги методу вимірювання перед іншими методами фіксації отриманих даних.

5. Експеримент як метод вимірювання в контрольованих умовах.

## Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій

1. Кореляція факторів «якість фіксації результатів» та «деталізація записів» як прояв ефекту Пігмаліона в експериментальних дослідженнях із соціальних комунікацій.

2. Природні експерименти як основа для покращення моделювання соціальних комунікацій.

3. Ідентифікація структури соціальних комунікацій як методологічна процедура якісного аналізу.

## 3.2. Методи емпіричного дослідження

### 3.2.1. Спостереження

У науці спостереження вважають одним із джерельних способів фіксації даних. Дж. Гудвін (Дослідження в психології, 2004) та Л. Фестингер, Х. Рейкін, С. Шехтер (Festinger, L., Riecken, HW, & Schachter, S., 2006) пропонують вважати спостереження пасивним методом наукового дослідження, при якому дослідник, тобто спостерігач, не впливає на розвиток подій; його примітивною формою – життєвим спостереженням – користується кожна людина у своїй повсякденній практиці.

Спостереження здійснюється частіше за допомогою органів чуття людини: зору, слуху, нюху, дотику, смаку. Автори вважають, що воно є однією з «форм активного чуттєвого пізнання; воно є процесом одержання життєвого досвіду» (Festinger, L., Riecken, HW, & Schachter, S., 2006).

Оскільки метод спостереження не вимагає складних інструментів фіксації фрагментів реальності, його віддавна вважають найпростішим.

Зауважмо, що спостереженням називається реєстрація (запис) обставин і фактів (поведінки), що сприймаються органами чуття дослідника або механічними пристроями. Об'єктами спостереження в соціальних науках частіше є діяльність людини.

Соціологи вважають, що спостереження як метод передбачає фіксацію соціальної активності індивіда за рахунок органів чуття. Соціальні науки під час спостереження перш за все фіксують наслідки соціальної дії, взаємодії та стосунків між соціальними інституціями.

Метод спостереження слід розгалужувати на п'ять *видів*.

1. Польове (у реальних умовах) і лабораторне (у штучно створених умовах).

2. Пряме (безпосередньо під час подій, що відбуваються) і непряме (за результатами подій, що відбулися).

3. Відкрите й приховане.

4. Структуроване (за чітко визначеною схемою) і неструктуроване (без чіткого плану).

5. Людське (спостерігач – людина) і механічне (за допомогою електронних чи механічних пристроїв).

Як вважають автори сайту [pidruchniki.ws](http://pidruchniki.ws), у процесі послідовного виконання вправ здатність спостерігати може удосконалюватися і поступово ставати рисою особистості – спостережливістю.

До структури спостереження слід віднести такі елементи:

- а) задум;
- б) гіпотеза;
- в) система методів;
- г) обробка результатів;
- г) їх контроль.

Основні вимоги до наукового спостереження:

- однозначність задуму;
- система методів спостереження;
- об'єктивність (фіксація наслідків, які лягають в основу пошуку причин явища, процесу, діяльності спостережуваного об'єкта);
- перевірюваність;
- можливість повторювання процедур фіксації.

Психологи вважають, що наукове спостереження відрізняється від побутового. Наукове спостереження не обмежується описом зовнішнього боку тих явищ, які виявляє дослідження, а сягає суті явищ, з'ясовує причини тих чи інших актів поведінки і таким чином розкриває їхню психологічну природу.

Наукове спостереження відбувається в природних та експериментальних умовах. В експериментальних умовах воно є найглибшим щодо повноти вивчення явищ. Експериментальне вивчення психічних явищ враховує результати і висновки попередніх спостережень.

Об'єктом спостереження може бути і поведінка особистості в найрізноманітніших її зовнішніх виявах, у яких реалізуються усвідомлені та неусвідомлені внутрішні психічні стани, переживання, прагнення. В особливостях мовлення, у виразних рухах – жестах, міміці, виразах обличчя, пантомімічних актах (позах) тощо можна виявити й простежити особливості уваги, розуміння, емоції та волевільності, особливості темпераменту і риси характеру.

Фахівці точних наук під час спостереження фіксують особливості змін характеристик і властивостей спостережуваних процесів, предметів і явищ.

Спостереження може бути звичайним, людським (бачення, слухання) та інструментальним (механічним), коли побачене й почуте в

поведінці людини або в змінах предмета чи процесу фіксується за допомогою фотоапарата, кінокамери, магнітофона, комп'ютера чи іншого пристрою. Інструментальне спостереження дає можливість документувати все, що спостерігається, а тому й глибше аналізувати його, порівнювати його результати з висновками попередніх спостережень.

Спостерігати за предметом дослідження треба не один раз, аби не скласти помилкового враження та не сформулювати необ'єктивні висновки. Щоб уникнути випадкових суджень, потрібні кількаразові спостереження за різних умов впливу і на різноманітному матеріалі. Випадково виявлені успіхи не можуть бути підставою для висновків. Щоб спостереження набуло наукового характеру, потрібно, щоб воно:

- 1) було планомірним, а не випадковим;
- 2) здійснювалося послідовно й систематично;
- 3) було забезпечене достатньо широкою інформацією про явище, яке є предметом спостереження (слід оперувати якомога більшою кількістю фактів);

- 4) передбачало точну фіксацію результатів спостереження.

На думку фахівців, наукове спостереження висуває вимоги й до особистих якостей дослідника, який повинен:

- а) бути об'єктивним при фіксації, усному описі та класифікації фактів спостереження;

- б) володіти собою, щоб власні почування та особисті характерологічні якості дослідника не впливали на його роботу, не позначалися на спостереженні та не спотворювали висновків;

- в) не бути тенденційним, упередженим в організації спостереження та очікуванні його наслідків, щоб не дійти безпідставних висновків;

- г) не піддаватися першим враженням від досліджуваного;

- г) не бути поблажливим щодо досліджуваного предмета чи процесу;

- д) не приписувати предметові дослідження своїх власних якостей і не пояснювати його поведінку з власних позицій.

Об'єктивності потрібно дотримуватись протягом усього процесу дослідження. Об'єктивність має бути визначальним чинником вірогідних висновків. Спостереження вимагає чіткості й точності реєстрування його показників. Під час спостереження дослідники радять використовувати спеціальні бланки, які полегшують фіксацію процесу (див. табл. 3.7).

**Бланк для фіксації результатів спостереження**

Дата спостереження	Умови, за яких проводилося спостереження	Що спостерігалося	Що виявлено в процесі спостереження	Пояснення даних спостереження

Спостереження використовується разом з іншими методами дослідження. Частіше таким є експериментальне дослідження, особливість якого полягає в тому, що явище (предмет дослідження) вивчають за різних умов та обставин. Застосування цього методу дослідження сприяє глибокому і точному вивченню закономірності предмета вивчення.

Соціологія залучає просте (звичайне) спостереження, коли події фіксують ззовні, і включеного спостереження, безпосередню участь у якому бере сам дослідник. Дослідник адаптується до умов певного середовища й аналізує зміни предмета дослідження «зсередини».

У психології вважають, що спостережливість – це риса особистості, яка виявляється в постійній спрямованості і здатності сприймати, розуміти й оцінювати явища, процеси та предмети, що стають об'єктами уваги, задля підвищення рівня продуктивності праці або наукового дослідження.

Соціологи вважають, що для спостереження характерними є систематичність, планомірність і цілеспрямованість. Найважливішою його перевагою порівняно з іншими соціологічними методами є синхронність із досліджуваним явищем, процесом. Це дає змогу безпосередньо вивчати поведінку людей за конкретних умов у реальному часовому просторі («саме те», «саме тут», «саме зараз»). Дослідник особисто спостерігає явище, котре вивчає (трудова група, мікрогрупа, певну особу, інше).

У кримінології спостереженням вважають таку організовану фіксацію реальності, яка дозволяє помітити найдрібніші зміни предмета дослідження, що зможуть вказати на причини й мотиви скоєння злочину. На підставі зазначеного, кримінологи поділяють спостереження на такі види:

- повне;
- включене;
- спостереження-участь;
- самоспостереження.

Використання методу спостереження ефективно в таких випадках:

- у процесі отримання попередньої інформації, необхідної для уточнення напрямів запланованого дослідження, оскільки професійно проведене спостереження надає дослідникові нові характеристики досліджуваного об'єкта, допомагає звільнитися від традиційного підходу до вирішення соціальної проблеми;

- для отримання ілюстративних даних, які суттєво доповнюють статистичний аналіз даних, одержаних за допомогою масового опитування;

- за умови, що саме спостереження є найпридатнішим, найефективнішим методом досягнення цілей дослідження, перевірки вироблених гіпотез.

І соціологічне, і психологічне, кримінологічне, фізичне, хімічне, біологічне, анатомічне дослідження, у якому застосовують спостереження, планують і проводять у такій же послідовності, як і інші дослідження, включаючи етапи, процедури щодо програмного забезпечення та розробки інструментарію. Конкретні зміст і спрямованість кожного етапу підготовки та проведення дослідження залежать від особливостей досліджуваної проблеми й власне методу спостереження.

Фахівці, які досліджують соціальні проблеми, радять під час планування використання методу спостереження звертати увагу на його сутнісні характеристики, що одночасно є і його перевагами, оскільки спостереження:

- наводить характеристику об'єкта спостереження: кількість осіб, які беруть участь у досліджуваній ситуації, соціально-демографічну структуру групи, особливості стосунків, розподіл у ній тощо;

- описує місце проведення спостереження, типову поведінку членів групи, а також відхилення в ній;

- визначає мету діяльності групи, а також співвідношення загальної мети з цілями учасників групи;

- описує соціально-психологічний клімат у групі, соціальну поведінку, мотиви та стимули діяльності її учасників;



– встановлює частоту і тривалість елементів досліджуваної ситуації, їхні повторюваність, унікальність, типовість і на цій підставі формулює висновки щодо випадковості чи закономірності соціальної ситуації, що підлягає дослідженню.

Водночас спостереження за соціальними об'єктами має деякі об'єктивні та суб'єктивні недоліки.

До *об'єктивних* недоліків спостереження належать обмеженість, локальність висновків про досліджувану соціальну ситуацію, що ускладнює узагальнення отриманих даних, поширення їх на великі масиви. Часто буває складно, а то й неможливо повторно зареєструвати той самий соціальний об'єкт, оскільки на нього весь час впливають різноманітні соціальні чинники, які змінюють його, додають йому інших ознак.

*Суб'єктивні* недоліки зумовлені тісним зв'язком спостерігача з об'єктами спостереження, оскільки він спостерігає факти, події, явища та процеси, притаманні суспільству, до якого належить сам. Окрім того, спостерігач має певний світогляд, соціальний статус, інтереси, що позначається на сприйнятті, розумінні, оцінці спостережуваних явищ, процесів дійсності й, відповідно, на його висновках щодо побаченого.

Певну роль у прояві суб'єктивних недоліків, як зазначають соціальні психологи, відіграють емоційність, попередні установки спостерігача щодо досліджуваної ситуації. Якщо він ще до спостереження має певні думки, міркування про об'єкт дослідження (вони можуть бути позитивні чи негативні), це може суттєво вплинути на процедуру спостереження, знизити об'єктивність отриманих даних. Зниження об'єктивності інформації можливе, якщо об'єкти дослідження, знаючи, що за ними ведеться спостереження, істотно змінюють характер своїх дій, поведуться нетрадиційно. На результати спостереження впливають настрої, здоров'я спостерігача, інші ситуативні чинники, котрі дуже важко передбачити та взяти до уваги.

Досить серйозною проблемою для застосування методу спостереження нині є декілька моментів.

1. Для здійснення наукового спостереження необхідно заздалегідь виокремити конкретні й чіткі критерії. Іншими словами, дослідникові варто знати до початку спостереження не тільки явище,

процес або предмет, за яким він буде спостерігати, але й те, які саме ознаки дослідник буде фіксувати. Йдеться про проблему виокремлення одиниць спостереження. Наприклад, у випадку, коли вчений фіксує поведінку споживача інтернет-сайту, на що треба звертати увагу передусім: на стійкість уваги (вимірюється секундами), діапазон емоційних реакцій (вимірюється кількістю емоційних проявів), мовленеві реакції (вимірюється, наприклад, кількістю вимовлених або кількістю слів у реченні)? Виникає питання щодо того, що обирати одиницею вимірювання під час спостереження. Відомо, що дослідник самостійно визначає критерії фіксації явища, процесу, поведінки під час здійснення спостереження. Але у кожного дослідника є право на виокремлення власних критеріїв. Така ситуація тягне за собою відсутність загальноприйнятих у науці критеріїв фіксації результатів спостереження. Проблема полягає у відсутності чіткої принципової структуризації або принципів, які передбачають певне розгалуження, диференціацію ознак, які характеризують предмет дослідження.

2. Іншою проблемою, що постає під час здійснення спостереження як наукового методу, є час фіксації особливостей предмета дослідження. Питання постає так: як довго слід фіксувати зміни властивостей чи поведінки предмета вивчення? Достатньо це робити впродовж 10 хвилин чи необхідно фіксувати впродовж доби процеси, за якими ведеться спостереження? На думку російського соціального психолога Г. М. Андреевої, нині існує чимало різних процедур для того, щоб забезпечити фіксацію одиниць у певний проміжок часу та їхнє кодування, але питання не можна вважати до кінця вирішеним.

Для здійснення спостереження за науковими традиціями і з метою дотримання вимог об'єктивності необхідно фіксацію оформлювати протоколом. До протоколу вносять декілька обов'язкових пунктів:

1. Назва і номер документу («Протокол № 1»).
2. Назва спостереження (наприклад, «спостереження за поведінкою досліджуваних в експерименті 3 Б»).
3. Дата і час здійснення спостереження (наприклад, «21.01.2013»; «від 10.03 до 10.13»).

4. Місто і місце здійснення спостереження (наприклад, «м. Київ», місце – «Аудиторія 35–40 м<sup>2</sup>»).

5. Номер запису за порядком.

6. Загальна кількість спостережуваних (наприклад, «46 осіб / 100%»).

7. Кількість спостережуваних за статтю (наприклад, «чол. – 25 осіб / 54,3%»; жін. – 21 особа / 45,7%).

8. Вік спостережуваних (наприклад, «18–24 роки»).

9. Освіта (наприклад, «вища – 13 осіб / 28,3%; бакалавр – 21 особа / 45,6%; середня – 12 осіб / 26,1%»).

10. Рід діяльності (наприклад, «студенти – 40 осіб / 87%; режисер – 3 особи / 6,5%; технічний працівник – 1 особа / 2,8%; оператори – 2 особи / 4,3%»).

11. Освітлення місця фіксації результатів спостереження (наприклад, «природне, без застосування електричних ламп»).

12. Вид спостереження (наприклад, «лабораторне, пряме, відкрите, структуроване, людське»).

13. Погодні умови (наприклад, «за вікном – мороз, – 6° С, йде дрібний сніг, яскраве сонце»).

14. Схема розташування спостережуваних в аудиторії (див. рис. 16).

15. Примітки (у цьому пункті фіксуються наявність прояву незапланованих перешкод у спостереженні (шумів, зайвих питань від спостережуваних, сміх, падіння портрета, музика на вулиці, крики в коридорі та інше), наприклад, «Під час спостереження за столом 8 спостережуваних 12 та 13 перемовлялися між собою, сміялися» або «Лунали питання: «Чому ми повинні це писати?», «Де, тут писати?», «А як вас звати?», «А чому Ви саме до нас зайшли?», «А результати будуть впливати на оцінку за заняття?» та ін.).

Від добросовісності й безпристрасності спостерігача залежить об'єктивність тих даних, які є основою для будь-якого дослідника, адже він фіксує первинні «сирі» результати спостереження. Протоколи традиційно зберігаються у ролі підтвердження факту проведення спостереження як наукової процедури. Окрім цього, протоколи спостереження є доведенням добросовісності й об'єктивності самого дослідника. Згодом за протоколом дослідницька процедура може

бути повністю поновлена, що й робить таким чином зафіксоване спостереження суто науковим.

Отже, спостереження – це цілеспрямована, заздалегідь спланована фіксація особливостей предмета вивчення.

### **Список використаних джерел**

1. *Андреева Г. М.* Социальная психология : учебник / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2003. – С. 58.
2. Дослідження в психології: методи і планування / Дж. Гудвін. – 3-е изд. – СПб : Питер, 2004. – С. 422–423.
3. Метод спостереження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.textbooks.net.ua/content/view/105/11/>
4. Наблюдение // Большая психологическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – С. 258.
5. Спостереження [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [uk.wikipedia.org/wiki/Спостереження](http://uk.wikipedia.org/wiki/Спостереження)
6. Спостереження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws/18060203/psihologiya/sposterezhennya>
7. *Festinger, L., Riecken, HW, & Schachter, S.* (2006). *When prophecy fails.* Minneapolis: University of Minnesota Press.

#### **3.2.2. Опис**

Описом слід називати фіксацію інформації про предмет вивчення завдяки словам (не знакам), знакам (не словам), схемам, малюнкам, графікам, діаграмам, циклограмам, цифрам, таблицям тощо.

##### **Опис завдяки словам і знакам**

Опис результатів спостереження *завдяки буквам, словам* відбувається у двох формах:

- 1) запис літерами, звичайними загальноживаними словами і реченнями тих змін, на фіксацію на фіксацію яких спрямовано спостереження (побутове спостереження);
- 2) запис спеціальними словами (термінами) і простими реченнями змін, які очікувалися під час здійснення спостереження (наукове спостереження).

Запис, здійснений як результат проведення наукового спостереження, у свою чергу розгалужується на:

- запис друкованим способом;
- запис рукописним способом (від руки).

Зрозуміло, що якість запису друкованим способом набагато підвищує потенціал фіксації, оскільки дозволяє без плутанини і зайвого напруження уваги дослідника ознайомлюватися зі змістом зафіксованого.

Варто відрізнити опис результатів спостереження *завдяки буквам, словам* від опису результатів *завдяки знакам* (не буквам, не словам). Під знаками розуміємо не алфавіт (графічне зображення букви), а те, що не належить до алфавіту як системи знаків. За визначенням тлумачного словника, знаком слід називати мітку, зазначку, предмет, явище, яким позначається, виражається щось. Отже, опис результатів спостереження *завдяки знакам* (не буквам, не словам) здійснюється за рахунок графічних зображень, які не є буквами, словами тієї мови, що провідна для опису. Наприклад, запис речення «Під час спостереження впродовж 3 хвилин було чути розмову в коридорі» дослідник може здійснити графічно, зображаючи на берегах запис «3 хв.». В іншому прикладі запису результатів спостереження замість речення «Відповідь відсутня» спостерігач може записати «—».

Під час фіксації результатів *завдяки знакам* (не буквам, не словам) треба врахувати декілька правил.

1. Не варто зловживати знаками, оскільки через певний час, коли розшифровка знаків буде відсутня, дослідник може не пригадати точного значення власного знаку.

2. Щоразу, коли дослідник шифрує знаками власні записи, варто під рукою мати їхню розшифровку.

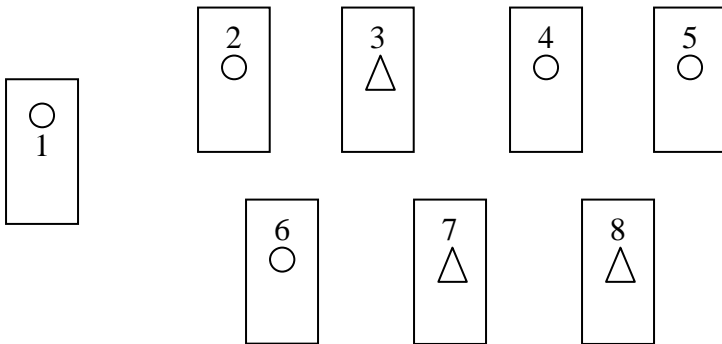
3. Щоразу, коли дослідник здійснюватиме дешифровку запропонованих ним і використаних знаків, варто здійснювати опис спостереженого, не змінюючи зашифрованих формулювань.

4. Кожний запропонований для шифрування знак повинен мати тільки одне значення.

5. Знаки не повинні бути складними для сприйняття. Замість, наприклад, знака «□)(□» варто здійснити запис знаком «(».

**Опис завдяки схемам**

Опис завдяки схемі здійснюється з метою унаочнення (ілюстрації) думку того, хто робить спостереження. Наприклад, для швидкої фіксації порядку розміщення столів, за якими сидять досліджувані, вчений може намалювати схему (див. рис. 16).



Примітки:



– стіл, за яким сидить досліджуваний;



– досліджувана-жінка;



– досліджуваний-чоловік;

1,2, 3, ..., 8 – шифр досліджуваного.

*Рис. 16. Схема розташування досліджуваних під час здійснення спостереження*

У вигляді прямокутників дослідник зобразить столи, у вигляді маленьких кіл – досліджуваних жіночої статі, трикутників – досліджуваних чоловічої статі. При такому графічному описові результатів спостереження варто під схемою здійснити розшифровку значення кожної фігури, зображеної на схемі. Традиційно це роблять під записом «Примітки». Кожна схема повинна мати назву. Варто пронумерувати кожен геометричний фігуру-знак, оскільки далі необхідно буде здійснювати вербальний опис, розшифровуючи словами і реченнями зображене на рисунку 16.

## Список використаних джерел

1. Знак // Короткий тлумачний словник української мови : близько 6750 слів [за ред. Д. Г. Гринчишина]. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Рад. шк., 1988. – С. 101.

### **Опис завдяки рисункам (графікам, діаграмам, циклограмам) або фотографіям**

Опис результатів спостереження завдяки рисункам або фотографіям здійснюється з метою повної і точної фіксації спостережуваних явищ, процесів, поведінки тих і того, що є предметом вивчення.

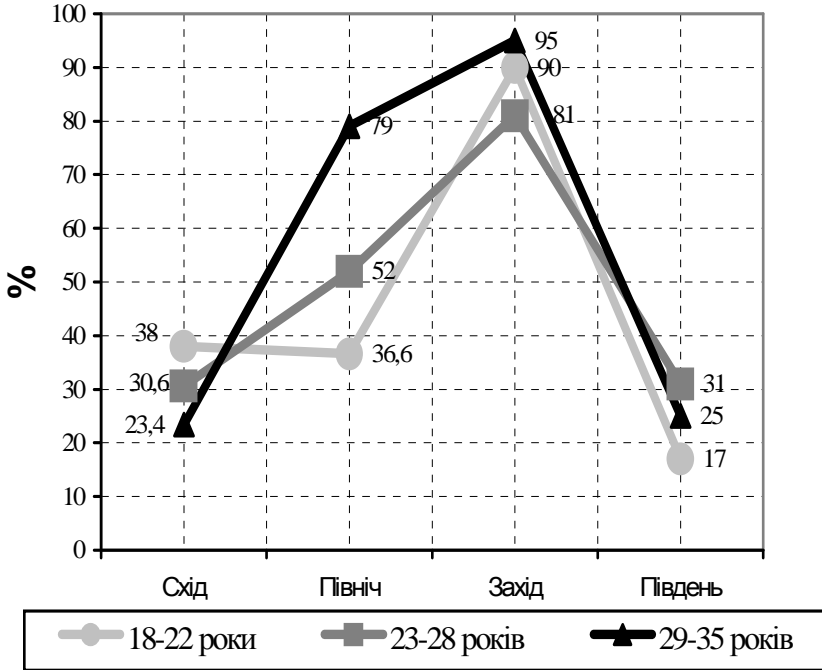
Варто розрізнявати значення термінів «малюнок» і «рисунок». Малюнком, як свідчить тлумачний словник, називають «зображення олівцем, вугіллям, фарбами якогось предмета на папері або полотні. На противагу малюнкові термін «рисунок» означає зображення, відтворення від руки за допомогою графічних засобів (штрихів, плям, контурних ліній)». Останній термін активно використовується в науковій літературі і є нормою для означення графічних зображень у наукових працях. До рисунків слід віднести графіки, діаграми, циклограми, які ілюструють результати інтерпретації одержаних дослідником даних.

Опис результатів спостереження завдяки рисункам або фотографіям має такі переваги:

- 1) він є дослідницьким інструментом і емпіричних, і теоретичних досліджень;
- 2) яскраво й точно ілюструє результати інтерпретації одержаних дослідником даних;
- 3) підтверджує або спростовує висунуту гіпотезу;
- 4) дає змогу побачити факт;
- 5) уможлиблює через багато років поновлення точного уявлення про зафіксований факт;
- 6) дозволяє дослідникові помітити і відслідкувати тенденції досліджуваних фактів.

### *Опис результатів дослідження завдяки графікам*

Здійснюється шляхом графічного зображення (лініями, контурами, штрихами), що відбите в системі координат (див. рис. 17).



*Рис. 17. Негативне ставлення української молоді (18–35 років) до обговорення Закону України «Про регіональні мови в Україні» (2012 р.)*

Наприклад, відображаючи результати спостереження за реакцією молоді віком від 18 до 35 років на обговорення в Верховній Раді України Закону України «Про регіональні мови України» у липні 2012 року, дослідник має створити систему координат. По вісі Х (горизонталь) йому необхідно відкласти відсотки (%) від 0 до 100. По вісі Y слід відкласти чотири маркери, а саме: «Схід», «Північ», «Захід» і «Південь», що буде відповідати регіонам, у яких було здійснене спостереження під час проведення опитування респондентів. Далі на графіку треба позначити вікові групи опитуваних. Таких груп три (від 18 до 22 років, від 23 до 28 років та від 29 до 35 років). З метою розрізнення ліній графіка в просторі його утворення дослідникові необхідно нанести лінії різного кольору. Для утворення



ліній слід відкласти показники на сітці графіка (така сітка утворена завдяки пунктирним лініям, перетин яких утворює правильні прямокутники). Наприклад, на Сході України 38% молоді від 18 до 22 років ставляться негативно до обговорення згаданого Закону (дослідник відкладає на сітці графіка точку, що відповідає 38% по вісі Y). На Півночі 36,6% молоді вказаного віку негативно ставляться до Закону (дослідник відкладає показник 36,6% по вісі Y). Відповідно слід відкласти показники, що відбивають стан негативного ставлення молоді віком від 18 до 22 років на Заході і Півдні (відповідно 90% і 17%). Після того, як точки на сітці відкладені, дослідникові треба поєднати їх лініями, від чого утвориться ламана. Так само дослідникові треба зробити і з іншими показниками. Коли всі лінії будуть нанесені на сітку графіка, утвориться наочна «картина» результатів опитування. Саме опис результатів спостереження завдяки графіку дає можливість сформулювати перші висновки, які у наведеному прикладі свідчать про те, що:

1) найвищий (95%) показник негативного ставлення молоді України до обговорення в Верховній Раді Закону України «Про регіональні мови України», яке відбулося на початку липня 2012 року, зафіксований на Заході України у віковій групі від 29 до 35 років;

2) найнижчий (17%) показник негативного ставлення молоді України до згаданого закону спостерігається на Півдні серед молоді віком від 18 до 22 років.

Перші висновки є неглибокими, стверджувальними, але важливими для формулювання у подальшому глибоких висновків про основну тенденцію у поведінці молоді України віком від 18 до 35 років під час обговорення в Верховній Раді Закону України «Про регіональні мови України», яке відбулося на початку липня 2012 року. Основною тенденцією є те, що помітно на графіку. Три лінії графіка переломлюються в трьох точках майже з однією тенденцією, а саме – вони повторюють свій напрямок. Таку тенденцію дослідник може сформулювати як різний рівень негативного ставлення молоді до обговорюваного Закону. Враховуючи констатацію провідної тенденції, відображеної на графіку, дослідник може сформулювати загальні висновки.

1. У всіх чотирьох регіонах України серед молоді віком від 18 до 35 років зафіксовано негативне ставлення до Закону.

2. Всі три вікові категорії молодих українців найактивніше декларують своє негативне ставлення до Закону на Заході.

3. Досить стримано заявили про своє негативне ставлення до обговорювання Закону представники трьох вікових груп опитуваних на Сході й на Півдні.

Отже, на прикладі аналізу показників графіка встановлено, що результати опису у вигляді рисунка можуть суттєво просунути дослідника до об'єктивних висновків у вивченні предмета наукового пошуку.

*Опис результатів дослідження завдяки діаграмі*

Здійснюється шляхом графічного зображення (лініями, контурами, штрихами), що відбите в системі координат у вигляді стовпчиків (див. рис. 17). Для спрощення тлумачення опису результатів дослідження завдяки діаграмі варто звернутися до спостереження, описаного раніше – реакції молоді віком від 18 до 35 років на обговорення в Верховній Раді України Закону України «Про регіональні мови України» у липні 2012 року.

Побудова діаграми як однієї з форм опису результатів дослідження завдяки рисунку передбачає, передусім, вибір типу діаграми. Це варто зробити, звернувшись до закладки «Вставка» в програмі Office 2007–2010. Після відкриття згаданої закладки необхідно знайти рядок «Рисунок», після чого відкрити команду «Діаграма». Наприклад, дослідник обирає першу за списком «Гістограму» (зображення стовпчиків на тлі сітки гістограми). Утворивши гістограму як вид діаграми, дослідник може формулювати очевидні висновки. Наприклад, з гістограми видно, що найвищими стовпчиками є ті, які зображено під записом по вісі Y «Захід». Найнижчими стовпчиками є ті, що зображені над записом «Південь». Таке співвідношення висоти стовпчиків свідчить про те, що найнегативніші думки проти нового Закону України «Про регіональні мови України» висловила молодь західного регіону країни, невисокий рівень показників негативного ставлення до згаданого Закону декларують молоді люди Півдня. Інші висновки про тенденції і детальні моменти реакції молоді України дозволяє чітко реєструвати метод опису результатів спостереження у формі рисунку.

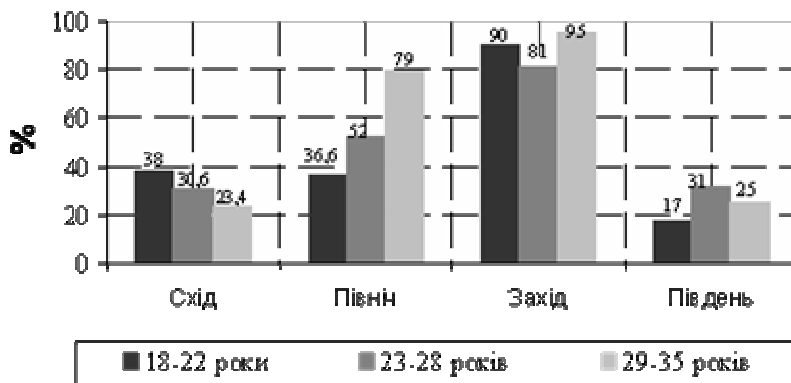


Рис. 17. Опис результатів дослідження завдяки циклограмі

Здійснюється шляхом графічного зображення (лініями, контурами, штрихами), вираженого у вигляді кола, розділеного на декілька сегментів (див. рис. 18). Тлумачення опису результатів дослідження завдяки циклограмі варто здійснити на попередньому прикладі спостереження за реакцією молоді віком від 18 до 35 років на обговорення в Верховній Раді України Закону України «Про регіональні мови України» у липні 2012 року.

Опис результатів спостереження завдяки циклограмі як виду діаграми дозволяє дослідникові наочно переконатися у своїх здогадках та передбаченнях. Наприклад, візуальний аналіз циклограм, зображеної на рис. 18, дозволяє констатувати, що найвищий показник (90%) негативного ставлення до згаданого Закону фіксується у відповідях молоді віком від 18 до 22 років, яка мешкає на Заході України. Разом із тим, найнижчим показником (17%) є той, який засвідчує негативне ставлення до закону з боку молоді вказаного віку, яка проживає на Півдні України. Щодо молоді віком від 18 до 22 років, яка проживає на Сході й на Півночі, співвідношення секторів циклограм свідчить про майже однакове негативне ставлення до Закону.

Отже, опис результатів спостереження завдяки рисунку, на яких зображено штрихами, лініями, пунктирами співвідношення між показниками дослідження, озброює дослідника впевненістю, яка ґрунтується на наочному науковому аналізі отриманих даних.



*Рис. 18. Негативне ставлення української молоді віком від 18 до 22 років до обговорення у Верховній Раді України Закону України «Про регіональні мови України» (липень 2012 року)*

## Список використаних джерел

1. Короткий тлумачний словник української мови : близько 6750 слів / [за ред. Д. Г. Гринчишина]. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Рад. шк., 1988. – С. 148.

2. Короткий тлумачний словник української мови : близько 6750 слів / [за ред. Д. Г. Гринчишина]. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Рад. шк., 1988. – С. 247.

### Опис завдяки цифрам, формулам, таблицям

Опис результатів спостереження можна здійснювати *завдяки цифрам*, формулам, таблицям шляхом інтерпретації даних відповідно у цифрових показниках; стислому й точному цифровому висловленню або визначенню, ряду величин (елементів, відношень тощо), що виражений умовними знаками (цифрами); відомостям про будь-що, які розміщені за графами.

Опис результатів спостереження завдяки цифрам здійснюється у такому порядку (наведений приклад є типовим):

1) наприклад, вивчаючи типологію, характеристики, домінанти сучасної релігійної преси України, дослідник приймає за 100%, наприклад, 48 видань; у такому випадку 14 видань, що виходять під протекторатом Московського патріархату (Українська православна церква Московського патріархату – УПЦ МП), дослідник інтерпретує у показникові 29,2%, оскільки 14 видань від 48 становить такий показник.

2) у свою чергу, 21 видання, яке виходить під протекторатом Української православної церкви Київського патріархату (далі – УПЦ КП), буде інтерпретовано показником 43,7%;

3) 5 видань, які контролює Українська автокефальна церква (УАЦ), дослідник має інтерпретувати показником 10,4%;

4) 8 видань, що виходять під протекторатом Римо-католицької церкви в Україні (РКЦУ), можуть бути виражені дослідником показником 16,6%;

5) у сумі цифрові дані, що інтерпретовані у відсотки як показники кількості видань кожної із згаданих церков України, мають становити 100%; дослідник повинен перевірити суму шляхом складання: УПЦ МП – 29,2% + УПЦ КП – 43,7% + УАЦ – 10,4% + РКЦУ – 16,6% = 99,9% (округлено – 100%), що й потрібно було довести.

Отже, цифрові показники є найбільш об'єктивними засобами інтерпретації даних, які становлять підґрунтя для доведення істинності або неістинності положення, яке доводить дослідник.

Опис результатів спостереження можна здійснювати *завдяки формулам* або стислому й точному цифровому висловленню (визначенню), або ряду величин (елементів, відношень тощо), що виражений умовними знаками (цифрами). Наприклад, вивчаючи структурно-функціональні особливості преси для дітей періоду незалежності України, дослідник прагне дізнатися, наприклад, про те, яка кількість видань для дітей в Україні за період незалежності країни була видана в Україні, і яка кількість – за її межами. З цією метою дослідникові варто позначити суму математичним символом « $\Sigma$ ». Кількість видань для дітей, що вийшли в Україні, можна позначити іншим символом, наприклад,  $\Omega_y$  – «омега» з нижнім індексом у формі літери «У». У такому випадку видання для дітей, що вийшли не в Україні, варто буде позначити тією самою літерою «омега», але з

нижнім індексом «НУ», що буде означати «не в Україні» –  $\Omega_{НУ}$ . На підставі позначень, прийнятих дослідником у робочому порядку, суму видань для дітей, виданих в Україні та поза її межами, наприклад, за 2013 рік, можна з'ясувати завдяки простій формулі, яку подано далі:

$$\sum \text{рік} = \Omega_{У} + \Omega_{НУ} \quad (3.1)$$

Якщо дослідникові треба з'ясувати, яку кількість видань, вироблених в Україні та поза її межами, виготовлено в середньому за один місяць 2013 року, йому варто звернутися до дещо ускладненої формули:

$$\sum \text{місяць} = \frac{\Omega_{У} + \Omega_{НУ}}{12} \quad (3.2)$$

У числівнику формули 3.2 дослідник дізнається про суму виданих за весь 2013 рік видань в Україні та за її межами. У знаменнику показник «12» свідчить про 12 місяців 2013 року. Отже, завдяки формулі 3.2 дослідник може дізнатися про те, яка середня кількість видань для дітей вийшла в Україні та за її межами у 2013 році.

Опис результатів спостереження дослідник може здійснювати завдяки таблиці (відомостям про будь-що, які розміщені у графах).

Наприклад, дослідник, вивчаючи медіаобраз Криму в поліетнічному інформаційному просторі Автономної Республіки Крим за період від 2002 року до 2007 року, хоче методом опису упорядкувати відомості щодо кількості публікацій про українців у газетах, що видавалися в Автономній Республіці Крим за 2007 рік. З цієї метою дослідник має використати таблицю (див. табл. 3.8).

Таблиця 3.8

**Кількість публікацій про українців у газетах,  
які видавали в Автономній Республіці Крим за 2007 рік**

№ п/п	Назва газети	Кількість (кількість/%) публікацій про:		
		татар	українців	росіян
1	2	3	4	5
1.	Первая крымская	12/11,9	8/14,8	5/17,5
2.	Крымская правда	23/22,8	15/27,8	3/10,7
3.	Крымское время	20/19,8	10/18,5	6/21,4

1	2	3	4	5
4.	Голос Крима	13/12,9	5/9,2	4/14,3
5.	Полуостров	19/18,8	11/20,4	9/32,1
6.	Кримська світлиця	14/13,7	5/9,2	1/3,6
7.	УСЬОГО:	101/100	54/100	28/100

Аналізуючи інтерпретовані у таблиці 3.8 дані, дослідник може дійти висновків про те, що:

1) 2007 року найбільша кількість публікації про татар (22,8%) надрукована в газеті «Крымская правда»;

2) того самого року найбільшу кількість журналістських матеріалів про українців (27,8%) зафіксовано в тій самій газеті «Крымская правда»;

3) найбільшу кількість публікацій про росіян (32,1%) у 2007 році здійснено в газеті «Полуостров».

Отже, метод опису результатів дослідження може з успіхом надавати дослідникові потрібну інформацію, за допомогою якої останній здатний ефективно формулювати висновки про предмет наукового пошуку.

### **Опис як єдність слова, знаку, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць**

Опис варто представити у синкретичному вигляді або як єдність слова, знаку, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць. Для наочності далі наведено приклад оформлення опису під час вивчення інструментарію засобів масової інформації при самопрезентації політиків і презентації їх іміджу з боку опозиції.

Наприклад, у дослідженні висунуто гіпотезу: засоби масової інформації (ЗМІ) при подаванні іміджу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників ефективно використовують психолінгвістичний інструментарій іміджування політиків.

Мету дослідження дослідник визначив таким чином: довести, що засоби масової інформації (ЗМІ) при подаванні іміджу українських політиків із позицій їх захисників та противників ефективно використовують психолінгвістичний інструментарій іміджування політиків.

Для реалізації визначеної мети необхідно виконати такі завдання:

1) підібрати публіцистичні матеріали різних видань (аналітичні статті, інтерв'ю, відеозвіти, радіозвіти, есе, спогади, замітки), в яких зображено імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників;

2) методом датчика випадкових чисел відібрати 5% (від загальної кількості) психолінгвістичних інструментів ЗМІ для іміджування політиків із кожного елементу моделі формування іміджу політиків в ЗМІ (модель ЗМІ-ФП, про яку детально можна ознайомитися в монографії О. М. Холода «ЗМІ та формування іміджу політиків» (К., 2004));

3) здійснити пошук функцій відібраних психолінгвістичних інструментів ЗМІ при іміджуванні політиків у публіцистичних матеріалах, у яких зображено імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників;

4) здійснити кореляційний аналіз публіцистичних матеріалів, у яких подано імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників на предмет виокремлення в них функцій і ступеня ефективності психолінгвістичних інструментів ЗМІ при іміджуванні політиків;

5) сформулювати висновки щодо якості та ступеня ефективності функцій психолінгвістичних інструментів ЗМІ при подаванні іміджу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

Методами аналізу треба обрати такі: пошуковий метод, метод датчика випадкових чисел, кореляційний аналіз, контент-аналіз, порівняльний аналіз, дистрибутивно-статистичний аналіз.

Методики аналізу публіцистичних матеріалів були різні і відповідали переліченим вище методам.

Реалізацією першого пункту поставлених у дослідженні завдань став відбір публіцистичних матеріалів, у яких фіксується подання іміджу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

Треба виокремити такі критерії відбору публіцистичних матеріалів:

1) публікації можуть бути надрукованими як в Україні, так і за кордоном, але в офіційних засобах масової інформації країни (газети, журнали, веб-сайти);



2) авторами публікацій можуть виступати журналісти, політики, політичні оглядачі;

3) період виходу з друку публіцистичних матеріалів, які можуть піддаватися аналізу у дослідженні, обмежений часовими рамками перебування у влади одного Президента України – від 01.11.1999 до 01.01.2004;

4) обсяг публіцистичного матеріалу не має бути меншим за 300 слів (саме такий обсяг забезпечує мінімальний рівень якості проведення контент-аналізу);

5) мова публіцистичних матеріалів – українська (допускається – російська);

6) посилання на авторів в офіційних повідомленнях не обов'язкове.

Спираючись на виокремлені шість критеріїв, треба відібрати такі публіцистичні матеріали:

1) Зущик Ю. Віктор Ющенко. Лідер блоку «Наша Україна»;

2) Сонюк В. Клин клином;

3) «Свобода слова» від Порошенка;

4) Зубченко А. Перший строк. Роковини роботи уряду Віктора Януковича;

5) Пукіш І. Кілери – ніщо, а ось поламане шасі ...;

6) Денисенко Л. Від «незадов.» до «чотирьох»;

7) Дмитрічева О. Важкий етап;

8) Чий це президент? Тільки не український! Леонід Кучма не зміг вимовити в ООН слів «голодомор» і «геноцид»;

9) Шеремета О. У рейтингу потенційних кандидатів на президентську посаду лідирують народні депутати Віктор Ющенко, Петро Симоненко та прем'єр-міністр Віктор Янукович;

10) Черненко М. Ющенко почав програму «394 дні пекла для України».

Керуючись п. 2 завдань дослідження, методом датчика випадкових чисел слід відібрати 5, або 5,5% (від загальної кількості, яка дорівнює 91, або 100%) психолінгвістичних інструментів ЗМІ для імідування політиків із п'яти елементів моделі ЗМІ-ФІП. Іншими словами, із кожного елемента моделі ЗМІ-ФІП (таких елементів 5) слід відібрати за методом датчика випадкових чисел по одному. Перелік відібраних інструментів ЗМІ для імідування політиків подається у табл. 3.9 (див. далі).

1) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом – 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») для іміджування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників;

2) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 2.1.4 – «Асиндентон, або коментування зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач ставиться позитивно») при утворенні-руйнуванні образу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників;

3) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 3.2.2 – «Іміджева вербальна тріщина», або неспівпадіння заданої програми мовленнєвої поведінки журналіста при іміджуванні політика з реально-ситуативною мовленнєвою поведінкою, яка утворює або руйнує вже існуюче у свідомості журналіста уявлення про імідж політика»);

4) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 4.4.7 – «Терміновість і роздробненість») для іміджування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників;

Таблиця 3.9

**Перелік п'яти психолінгвістичних інструментів моделі ЗМІ-ФП,  
відібраних методом датчика випадкових чисел  
для верифікації їх функціональності**

№ п/п	Назва психолінгвістичного інструменту ЗМІ	Назва групи психолінгвістичних інструментів ЗМІ	Назва елемента моделі ЗМІ-ФП	Код інструменту для зручності аналізу
1	2	3	4	5
1.	3. Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів	3. Психоконструктивні інструменти ЗМІ	1. Мовознавчі загальні психолінгвістичні інструменти ЗМІ для іміджування політиків	1.3.3

### Розділ 3. Методи наукового пізнання

#### *Продовження таблиці 3.9*

1	2	3	4	5
2.	4. Асиндентон, або коментування зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач ставиться позитивно	1. Психоемоційні інструменти ЗМІ	2. Психолінгвістичні інструменти технології маркетингових комунікацій, що використовують ЗМІ	2.1.4
3.	2. Іміджева вербальна тріщина», або неспівпадіння заданої програми мовленнєвої поведінки журналіста при іміджуванні політика з реально-ситуативною мовленнєвою поведінкою, яка утворює або руйнує вже існуюче у свідомості журналіста уявлення про імідж політика»	2. Психо-прагматичні інструменти ЗМІ	3. Психолінгвістичні інструменти ЗМІ, що аналізуються теоріями масової комунікації при подаванні іміджевої інформації про політиків	3.2.2
4.	7. Терміновість і роздробленість	4. Психокорегувальні інструменти ЗМІ	4. Маніпулятивні психолінгвістичні інструменти ЗМІ	4.4.7
5.	6. «Дублювання ярликів», або Дублювання іміджевих ярликів політиків в ЗМІ	2. Психотактичні інструменти ЗМІ	5. Іміджологічні психолінгвістичні інструменти ЗМІ	5.2.6

5) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 5.2.6 – «Дублювання ярликів», або дублювання іміджевих ярликів політиків у

ЗМІ) для іміджування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

Наступним завданням дослідження (див. п. 3) було здійснити пошук функцій п'яти відібраних психолінгвістичних інструментів ЗМІ при іміджуванні політиків у публіцистичних матеріалах, у яких подається імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

Виконання дослідницького завдання, що зазначене у п. 3, відображено у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

**Результати аналізу текстів публіцистичних матеріалів  
на предмет виявлення в них функцій  
психолінгвістичного інструменту ЗМІ  
(за кодом – 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом  
літературної мови та експресією журналістів») для іміджування  
українських політиків з позицій їхніх захисників та противників**

№ п/п	Назва публіцистичного матеріалу	Кількість слів у тексті (к-сть / %)	Кількість випадків використання інструменту 1.3.3 у тексті	Коефіцієнт $\Omega$ (1)
			Сумарна кількість слів у всіх випадках використання інструменту 1.3.3 у тексті	Коефіцієнт $\Psi$ (2)
1	2	3	4	5
1.	Зушик Ю. Віктор Ющенко. Лідер блоку «Наша Україна» // Корреспондент. – № 46. – 29.11.2003. – С. 14–15.	1260/100	9	0,001
			17	74
2.	Сонюк В. Клин клином // День. – № 209. – 11.2003. – С. 2.	567/100	9	0,015
			27	21
3.	«Свобода слова» від Порошенка // Київ сьогодні. – № 40. – 21–28.11.2003. – С. 5.	412/100	30	0,072
			96	14,7

### Розділ 3. Методи наукового пізнання

#### Продовження таблиці 3.10

1	2	3	4	5
4.	Зубченко А. Перший строк. Роківини роботи уряду Віктора Януковича // Київській телеграф. – № 43. – 24–30.11.2003. – С. 1–2.	938/100	16	0,017
			56	16,7
5.	Пукіш І. Кілери – ніщо, а ось поламане шасі // Високий замок. – № 216. – 13–19.11.2003. – С. 3.	308/100	7	0,023
			46	6,7
6.	Денисенко Л. Від «незадов.» до «чотирьох» // 2000. – № 47. – 21–27.11.2003. – С. А7.	1392/100	48	0,034
			159	8,7
7.	Дмітрічева О. Важкий етап // Дзеркало тижня. – № 45. – 22–28.11.2003. – С. 2.	1620/100	22	0,013
			42	38,6
8.	Чий це президент ? Тільки не український! Леонід Кучма не зміг вимовити в ООН слів «голодомор» і «геноцид» // Персонал плюс. – № 34. – 29.09.2003 – 05.10.2003. – С. 1.	935/100	15	0,123
			115	8,1
9.	Шеремета О. У рейтингу потенційних кандидатів на президентську посаду лідирують народні депутати Віктор Ющенко, Петро Симоненко та прем'єр-міністр Віктор Янукович // Факты. – № 218. – 25.11.2003. – С. 4.	351/100	5	0,014
			5	70,2
10.	Черненко М. Ющенко почав програму «394 дні пекла для України» // Неделя. – 03.10.2003. – <a href="http://www.temnik.com.ua/rus/criticism/3f7db1b75bc9a">http://www.temnik.com.ua/rus/criticism/3f7db1b75bc9a</a>	873/100	54	0,062
			106	8,2
	СЕРЕДНІЙ ПОКАЗНИК:	865/100	21,5	0,02
			66,9	12,9

Примітки:

– **коєфіцієнт  $\Omega$**  – коєфіцієнт співвідношення кількості випадків використання інструменту 1.3.3 і показників кількості слів у тексті, який розраховується за такою формулою:

$$\Omega = \frac{K_{1.3.3}}{K_T}$$

де:

$K_{1.3.3}$  – кількість випадків використання інструменту 1.3.3 у тексті,

$K_T$  – кількість слів у тексті;

– **коефіцієнт  $\Psi$** - коефіцієнт співвідношення сумарної кількості слів у всіх випадках використання інструменту 1.3.3 у тексті та кількості слів у тексті, який розраховується за такою формулою:

$$\Psi = \frac{K_T}{\sum K_{сл.1.3.3}}$$

де:

$K_T$  – кількість слів у тексті;

$\sum K_{сл.1.3.3}$  – **показник суми** кількості слів у випадках використання інструменту 1.3.3 у тексті.

**Одиницями** фіксації у публіцистичних текстах психолінгвістичного інструменту за кодом 1.3.3 треба вважати:

1) експресивні слова та словосполучення: «опоньки», «нашити», «кормушка», «воплями», «месія Юценко», «намаханих нашитів», «жлоб», «розкотила губу» та таке інше;

2) риторичні питання, наприклад: «Що ж ми маємо?», «Може, жлоб Порошенко, який навіть власному «Експрес-інформу» гроші жмотить?», «Цікаво, хто ж буде сплачувати гідну зарплатню журналістам?»;

3) риторичні зауваження, наприклад: «Це по-»нашистськи!»;

4) структурно обірвані або незавершені речення, в яких фіксується пунктуаційний знак «...», наприклад: «Ларс фон Трієр з його «Догвілем» – відпочиває ...»;

5) дискурсивно-ситуативні неповні, незавершені речення-емоції, наприклад: «Ні, ще гірше», «На манер томенковських маразмів».

Аналіз даних табл. 3.10 дає дослідникові змогу укласти діаграми 1 та 2 (див. рис. 20 та рис. 21).

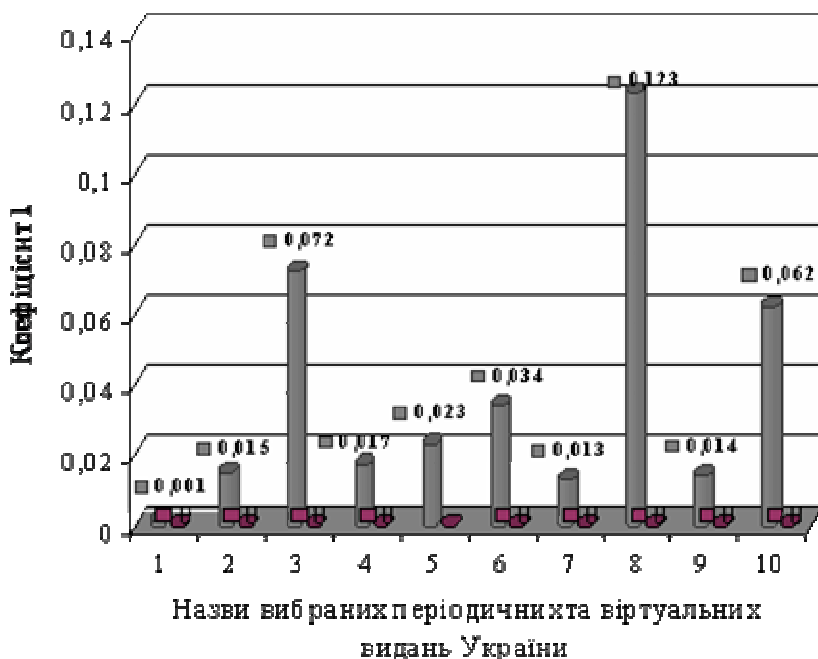


Рис. 20. Діаграма 1.

Коефіцієнт співвідношення показників кількості випадків використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ 1.3.3 ("Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів") і показником кількості слів у текстах

Примітки:

- 1 – періодичне видання «Корреспондент»,
- 2 – періодичне видання «День»,
- 3 – періодичне видання «Київ сьогодні»,
- 4 – періодичне видання «Київський телеграф»,
- 5 – періодичне видання «Високий Замок»,
- 6 – періодичне видання «2000»,
- 7 – періодичне видання «Дзеркало тижня»,
- 8 – періодичне видання «Персонал плюс»,
- 9 – періодичне видання «Факты»,
- 10 – віртуальне видання «Неделя».

У діаграмі 1 відображено коефіцієнт співвідношення показників кількості випадків використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ

за кодом 1.3.3 («Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») і показником кількості слів у текстах.

Аналіз даних діаграми 1 дозволяє констатувати такі особливості:

1) найбільшим (0,123) показником використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ 1.3.3 є показник, що стосується періодичного видання «Персонал плюс»;

2) найменшим (0,001) показником використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ 1.3.3 є показник, що стосується періодичного видання «Корреспондент»;

3) середнім показником ((0,123 + 0,001) : 2 = 0,062) використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ 1.3.3 є показник 0,062, який фіксується у періодичного видання: «Київ сьогодні» та віртуального видання «Неделя»;

4) з 10 проаналізованих періодичних видань показники тільки трьох (а саме: «Персонал плюс», «Київ сьогодні», «Неделя») наближаються до вищого (0,123) та середнього (0,062);

5) останні (сім) періодичних видань (а саме: «Корреспондент», «День», «Киевский телеграфъ», «Високий Замок», «2000», «Дзеркало тижня», «Факты») фіксують показники нижче середнього.

Отже, враховуючи перелічені вище особливості даних діаграми 1, слід сформулювати такі висновки:

1. У всіх десяти періодичних виданнях України, які ми піддали аналізу, фіксується факт використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») при іміджуванні українських політиків із позицій їх захисників та противників.

2. Фіксація, що згадана у п. 1, частіше трапляється у періодичному виданні «Персонал плюс» (Всеукраїнський загальнополітичний освітянський тижневик Міжрегіональної академії управління персоналом; головний редактор – Ігор Слісаренко), що за характером своїх публіцистичних матеріалів більше претендує на опозиційну щодо влади точку зору.

3. До тих видань, які користуються досить активно психолінгвістичним інструментом ЗМІ (за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») слід віднести й такі:



### Розділ 3. Методи наукового пізнання

– Всеукраїнський громадсько-політичний тижневик «Київ сьогодні», засновником якої є Київська міська організація Народно-демократичної партії (головний редактор – Євген Черненко);

– Інтернет-видання «Неделя», що друкується за адресою: [www://temnik.com.ua/rus/](http://temnik.com.ua/rus/) (автором публіцистичного матеріалу є Мирослав Черненко).

Збіг прізвищ Черненко у двох українських виданнях викликає сумнів щодо об'єктивності аналізу подій, що висвітлюються у пресі та наводить на думку про те, що рівень використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3) диктує перш за все суб'єктивність ставлення до політичних фігурантів із боку авторів на прізвище «Черненко».

4. Порівнюючи високі показники (від 0,123 до 0,062), з іншими показниками (від 0,001 до 0,034), виникає думка про упередженість видань «Персонал плюс», «Київ сьогодні» та «Неделя» щодо іміджування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

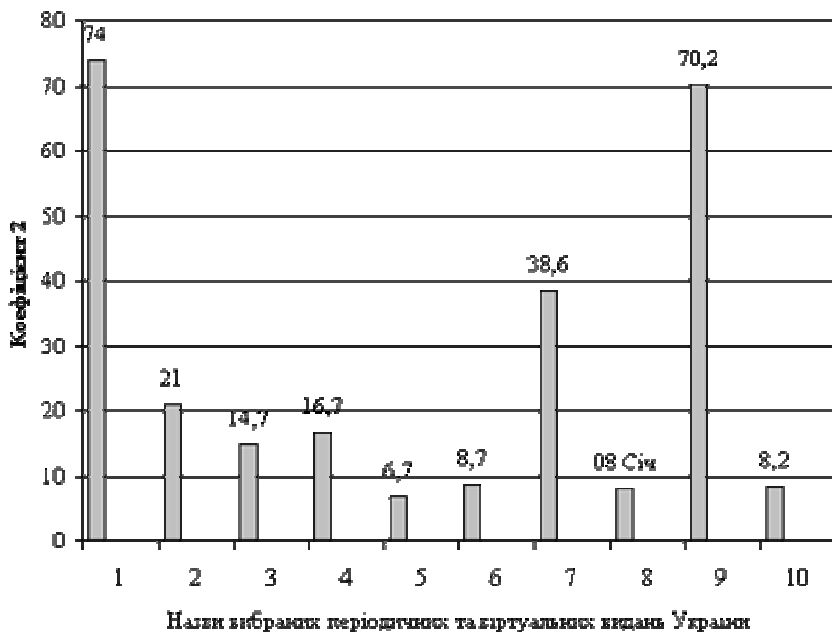


Рис. 21. Діаграма 2.

Коефіцієнт співвідношення кількості слів у текстах

*і сумарної кількості слів у всіх випадках використання інструменту ЗМІ  
(за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст  
між стандартом літературної мови та експресією журналістів»)*

Примітки:

- 1 – періодичне видання «Корреспондент»,
- 2 – періодичне видання «День»,
- 3 – періодичне видання «Київ сьогодні»,
- 4 – періодичне видання «Киевский телеграфъ»,
- 5 – періодичне видання «Високий Замок»,
- 6 – періодичне видання «2000»,
- 7 – періодичне видання «Дзеркало тижня»,
- 8 – періодичне видання «Персонал плюс»,
- 9 – періодичне видання «Факты»,
- 10 – віртуальне видання «Неделя».

Діаграма 2 фіксує коефіцієнт співвідношення кількості слів у текстах і сумарної кількості слів у всіх випадках використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») для іміджування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників.

Показники діаграми 2 дозволяють дослідникові фіксувати такі особливості:

1) найвищими показниками коефіцієнтів співвідношення кількості слів у текстах і сумарної кількості слів у всіх випадках використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3) слід вважати показник 74, що належить періодичному виданню «Корреспондент», і показник 70,2, який належить періодичному виданню «Факты»;

2) найнижчими показниками коефіцієнтів співвідношення кількості слів у текстах і сумарної кількості слів у всіх випадках використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3) можна вважати показники, що мають діапазон від 6,7 до 21 одиниці і які належать таким сімом виданням: «День», «Київ сьогодні», «Киевский телеграфъ», «Високий Замок», «2000», «Персонал плюс», «Неделя»;

3) середнім за кількістю ми вважаємо показник 38,6, що належить періодичному виданню «Дзеркало тижня».

Аналіз та інтерпретація одержаних даних, їхні особливості дають дослідникові право стверджувати такі висновки.

1. Певні періодичні видання використовують велику кількість слів для висловлення своїх політичних уподобань. Серед таких видань на період вересня – листопада 2003 року видання: «Корреспондент», «Дзеркало тижня» і «Факты». Згаданий факт ми пояснюємо характером публіцистичних матеріалів, опублікованих у щотижневиках. Зокрема, журнал «Корреспондент» орієнтувався тоді на критику існуючого політичного режиму в Україні та на заохочення тенденцій щодо «прозахідної» політики майбутньої України. Саме тому публіцистичний матеріал під назвою «Віктор Ющенко. Лідер блоку «Наша Україна» містить велику кількість слів у випадках використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналіста». Кореспондент Ю. Зушик добирає велику кількість слів (коефіцієнт 74, найвищий показник) у порівняно невеликій кількості випадків (0,001, найнижчий показник) для утворення позитивного іміджу політика В. Ющенка.

Схожа ситуація спостерігається у випадку використання великої кількості (коефіцієнт – 70,2 порівняно з найвищим – 74 та найнижчим – 6,7) слів, які вживає журналіст Олена Шеремета, автор статті «У рейтингу потенціальних кандидатів на президентську посаду лідирують депутати Віктор Ющенко, Петро Симоненко та прем'єр-міністр Віктор Янукович» Всеукраїнської щоденної газети «Факты». У статті вживається досить велика кількість слів порівняно з досить низькою кількістю випадків використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 1.3.3), що є свідченням, на перший погляд, низького рівня функціональності згаданого психолінгвістичного інструменту ЗМІ, а на другий погляд, підтверджує обрану газетою тенденцію щодо пропрезидентської орієнтації у період листопада 2003 року.

Досить полемічно налаштований міжнародний суспільно-політичний щотижневик «Дзеркало тижня» використовує середню кількість (коефіцієнт 38,6 порівняно з коефіцієнтом 74 у «Корреспондента» та 70,2 у «Фактів») слів для іміджування політичних фігурантів Верховної Ради України. На нашу думку, аналітична незаангажованість «Дзеркала тижня» (головний редактор – Володимир Мос-

товий) надає можливість та сміливість авторові статі «Важкий етап» Ользі Дмитрічевій вживати достатню кількість слів для досить негативного іміджування дійових осіб українського парламенту зразка листопада 2003 року.

Дослідник при порівнянні даних діаграм 1 та 2 може сформулювати загальні висновки.

1. Психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів»), що використовується для іміджування українських політиків із позицій їх захисників та противників, є функціональним.

2. Згадана у п. 1 функціональність залежить від таких факторів:

1) політична орієнтація періодичного видання на даний історичний період;

2) політична орієнтація автора публіцистичного матеріалу на даний історичний момент та на політичні «уподобання» і симпатії власників видання;

3) настанова автора публіцистичного матеріалу щодо «необхідності» «знищення» або «підтримки» на певний час конкретного політичного лідера, партії, руху, фракції, союзу тощо.

Пунктом 3 завдань дослідження, що раніше описаний як приклад використання методу опису як єдності слова, знаку, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць, передбачалося здійснити пошук функцій п'яти відібраних психолінгвістичних інструментів ЗМІ при іміджуванні політиків у публіцистичних матеріалах, у яких подається імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників. Оскільки функціональність першого (за кодом 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») із відібраних п'яти психолінгвістичних інструментів ЗМІ для іміджування українських політиків із позицій їх захисників та противників була доведена раніше, далі варто розглянути функціональність другого інструменту. Останнім, тобто другим із п'яти відібраних, психолінгвістичним інструментом ЗМІ, виявився «Асиндентон» (за кодом – 2.1.4), що входить до підгрупи «Психоемоційних психолінгвістичних інструментів ЗМІ для іміджування політиків» (див.: рис. 22).



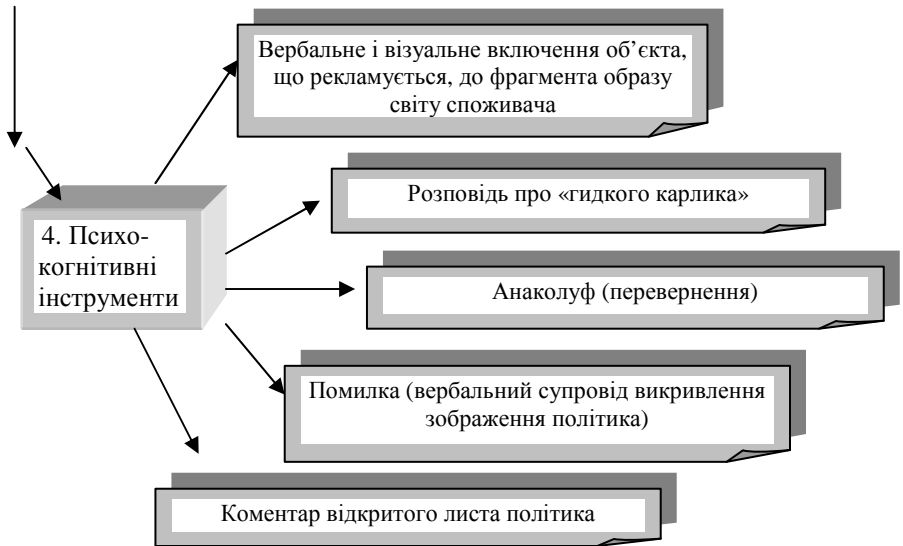


Рис.22. Психолінгвістичні інструменти маркетингових комунікацій, які використовують ЗМІ при іміджуванні політиків.

У свою чергу, згадана підгрупа є складовою частиною другого елемента моделі ЗМІ-ФІП, яка називається «Психолінгвістичні інструменти технології маркетингових комунікацій, що використовують ЗМІ» (див.: рис. 22).

Асиндентоном слід називати коментування журналістами (коментаторами, оглядачами) вербального або візуального (невербального) зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач інформації ставиться позитивно або негативно.

Для виконання зазначеного дослідницького завдання, спрямованого на здійснення пошуку функцій відібраних психолінгвістичних інструментів ЗМІ при іміджуванні політиків у публіцистичних матеріалах, у яких подається імідж українських політиків із позицій їхніх захисників та противників, за переліченими вище критеріями дослідникові варто відібрати у випадковому порядку п'ять таких публіцистичних матеріалів:

- 1) Ігнатов І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції;
- 2) Пятецька Ю. Кльово, кльово, тому що життя суворе!;
- 3) Мартова М. Форс-мажор по-грузинському;
- 4) Чирва В. Геннадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій»;

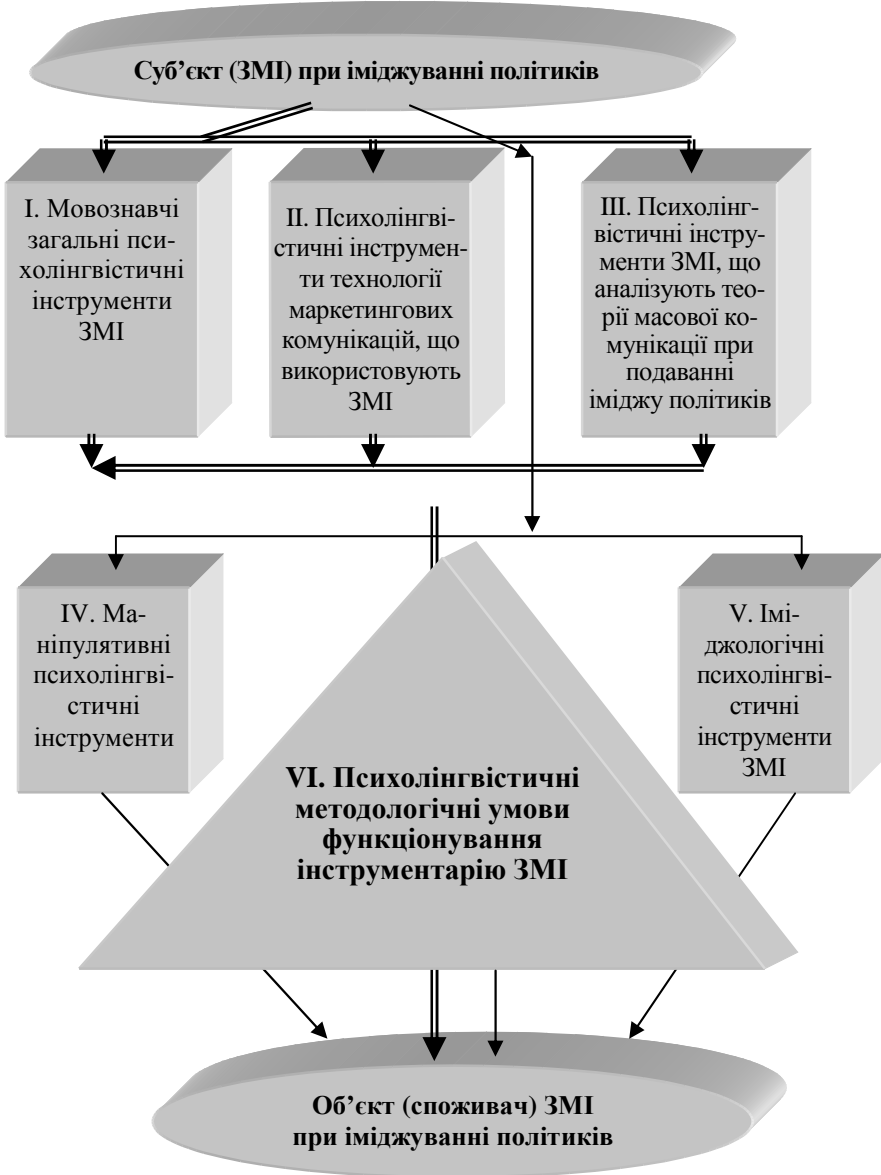


Рис. 23. Модель ЗМІ як психолінгвістичного інструментарію іміджування політиків

5) Симоненко П. Політика України – це політика залежної, васьальної напівколоніальної держави.

П'ять відібраних публіцистичних матеріалів дослідник аналізував за такими критеріями:

1) кількість випадків ( $B_n$ ), у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей (VIP-персон) і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

2) кількість випадків ( $B_n$ ), у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч із тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

3) співвідношення, з одного боку,  $B_n$ , з іншого боку,  $B_n$ ; коефіцієнт  $\lambda$  (новогрец. – ламда) розраховується за формулою:

$$\lambda = \frac{B_n}{B_m} \quad (3.3)$$

4) кількість «негативних» слів ( $K_n$ ), які вжито журналістами і спрямовано прямо проти українського політика, що іміджується у статті;

5) кількість «позитивних» слів ( $K_{no}$ ), які вжито журналістами і спрямовано прямо на захист українського політика, що іміджується у статті;

6) співвідношення, з одного боку, показника  $K_{no}$ , з іншого боку, показника  $K_n$ ; коефіцієнт  $\mu$  (новогрец. – мі) розраховується за формулою:

$$\mu = \frac{K_{no}}{K_n} \quad (3.4)$$

7) кількість ( $K_n$ ) уживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого іміджує журналіст;

8) кількість ( $K_f$ ) уживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика;

9) співвідношення, з одного боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади того фігуранта, на фоні якого журналіст іміджує українського політика ( $K_f$ ), з іншого боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади



українського політика, якого журналіст іміджує ( $K_n$ ); коефіцієнт  $\omega$  (новогрец. – омега) розраховується за формулою:

$$\omega = \frac{K_\phi}{K_\lambda} \quad (3.5)$$

Результати аналізу текстів п'яти відібраних публіцистичних матеріалів дослідникові варто відобразити в табл. 3.11.

Таблиця 3.11

**Результати аналізу  
текстів публіцистичних матеріалів на предмет  
виявлення в них функцій психолінгвістичного інструменту ЗМІ  
(за кодом – 2.1.4 – «Асиндентон»)**

№ п/п	Назва публіцистичного матеріалу	Політик, якого іміджує журналіст	Кількість випадків використання інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті					
			$V_n$	$V_n$	$K_{no}$	$K_n$	$K_n$	$K_\phi$
			Коефіцієнт $\lambda$		Коефіцієнт $\mu$		Коефіцієнт $\omega$	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Ігнатов І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13]	А. Кінах	2	0	67	0	3	1
			2		0		0,3	
2.	Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4–5]	В. Ющенко	15	0	0	8	7	10
			15		0		1,4	
3.	Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. – № 29. – липень 2003. – С. 3]	Л. Кучма	4	0	11	0	2	19
			4		0		0,1	

Продовження таблиці 3.11

1	2	3	4	5	6	7	8	9
4.	Чирва В. Геннадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. – № 168. – 24.11.2003. – С. 6]	Г. Самофалов	4	0	4	0	3	3
			4		3		1	
5.	Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000. – № 33. – 15-23.08.2003. – С. А7]	В. Ющенко	1	3	1	27	26	72
			0,33		27		2,8	
	СЕРЕДНІЙ ПОКАЗНИК:		5,2	0,6	16,6	7	8,2	21
			5,0		6		1,12	

Примітки:

$V_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей (VIP-персон) і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

$V_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

**Коефіцієнт  $\lambda$**  співвідношення, з одного боку,  $V_n$ , з іншого боку,  $V_n$ , розраховується за формулою:

$$\lambda = \frac{V_p}{V_n} \quad (3.6)$$

$K_{no}$  – кількість «позитивних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо на захист українського політика, що іміджується у статті;

$K_n$  – кількість «негативних» слів, які вжито журналістами і спрямовано проти українського політика, що іміджується у статті;

**Коефіцієнт  $\mu$**  співвідношення, з одного боку,  $K_n$ , з іншого боку,  $K_{no}$ , розраховується за формулою:

$$\mu = \frac{K_{пo}}{K_{п}} \quad (3.7)$$

$K_{п}$  – кількість вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого іміджує журналіст;

$K_{ф}$  – кількість вживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика.

**Коефіцієнт  $\omega$**  співвідношення, з одного боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади того фігуранта, на фоні якого журналіст іміджує українського політика ( $K_{ф}$ ), з іншого боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого журналіст іміджує ( $K_{п}$ ); коефіцієнт  $\omega$  розраховується за формулою:

$$\omega = \frac{K_{ф}}{K_{п}} \quad (3.8)$$

Інтерпретація даних табл. 3.11 надала дослідникові можливість побудувати діаграми 1, 2 і 3 (див. рис. 24–26).

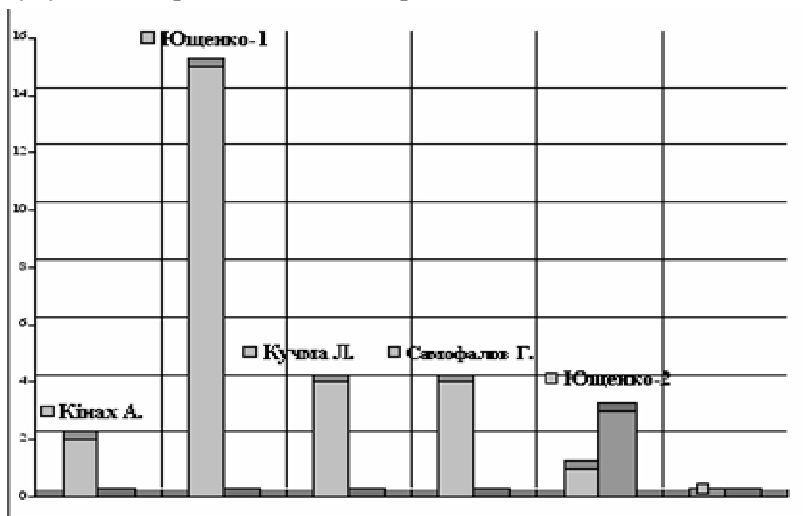


Рис. 24. Діаграма 1  
Кількість випадків використання інструменту 2.1.4  
у різних формах у тексті

**Примітки:**

«1» – кількість випадків ( $B_{п}$ ), у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей (VIP-персон) і про яких згадано у текстах,

що розташовані поруч з тим текстом, в якому імідується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

«2» – кількість випадків ( $B_n$ ), у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому імідується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

«Кінах А.» – імідування політика А. Кінаха у статті:

Ігнатів І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13];

«Ющенко В.» – імідування (випадок перший) політика В. А. Ющенка у статті: Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4–5];

«Кучма Л.» – імідування політика Л. Д. Кучми у статті: Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. – № 29. – липень 2003. – С. 3]

«Самофалов Г.» – імідування політика Г. Г. Самофалова у статті:

Чирва В. Генадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. – № 168. – 24.11.2003. – С. 6];

«Ющенко В.» – імідування (випадок другий) політика В. А. Ющенка у статті: Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000. № 33. – 15–23.08.2003. – С. А7].

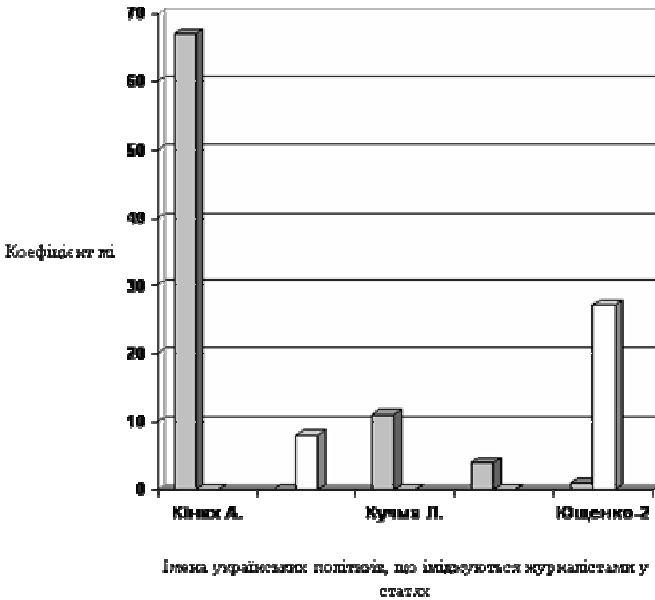


Рис. 25. Діаграма 2. Кількість випадків використання психологічного інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті

### Розділ 3. Методи наукового пізнання

#### Примітки:

■ – кількість «позитивних» слів ( $K_{пo}$ ), які вжито журналістами і спрямовано на захист українського політика, що іміджується у статті;

□ – кількість «негативних» слів ( $K_{н}$ ), які вжито журналістами і спрямовано проти українського політика, що іміджується у статті;

«**Кінах А.**» – іміджування політика А. Кінаха у статті:

Ігнатів І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13];

«**Ющенко В.**» – іміджування (випадок перший) політика В. А. Ющенка у статі: Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4–5];

«**Кучма Л.**» – іміджування політика Л. Д. Кучми у статі: Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. - № 29. – липень 2003. – С. 3]

«**Самофалов Г.**» – іміджування політика Г. Г. Самофалова у статі:

Чирва В. Генадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. - № 168. – 24.11.2003. – С. 6];

«**Ющенко В.**» – іміджування (випадок другий) політика В.А. Ющенка у статі: Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000. № 33. – 15-23.08.2003. – С. А7].

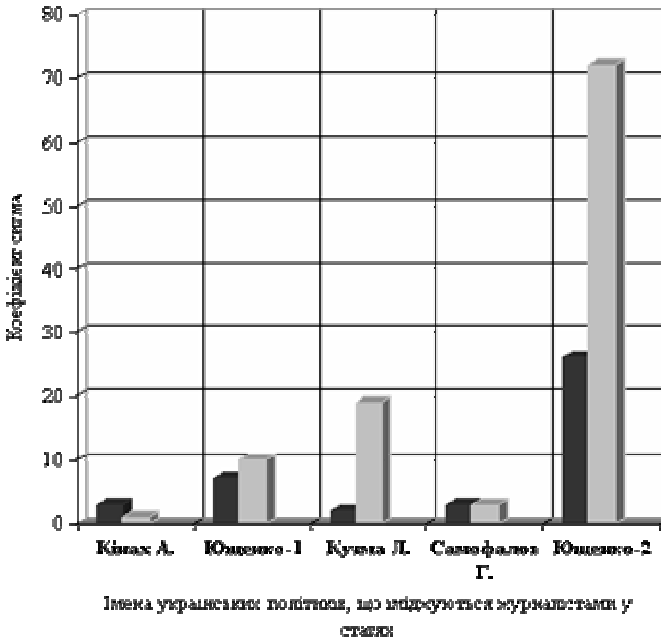


Рис. 26. Діаграма 3. Кількість випадків використання інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті

Примітки:

■ – кількість ( $K_n$ ) вживання прізвища, імені, по-батькові та посади українського політика, якого імідує журналіст у статті,

□ – кількість ( $K_f$ ) вживання прізвищ, імен, по-батькові та посад тих відомих фігурантів, на фоні яких журналіст імідує українського політика;

«**Кінах А.**» – імідування політика А. Кінаха у статті:

Ігнатов І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13];

«**Ющенко В.**» – імідування (випадок перший) політика В.А. Ющенка у статті: Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4-5];

«**Кучма Л.**» – імідування політика Л. Д. Кучми у статті: Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. - № 29. – липень 2003. – С. 3]

«**Самофалов Г.**» – імідування політика Г. Г. Самофалова у статті:

Чирва В. Генадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. - № 168. – 24.11.2003. – С. 6];

«**Ющенко В.**» – імідування (випадок другий) політика В. А. Ющенка у статті: Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000. № 33. – 15-23.08.2003. – С. А7].

У діаграмі 1 (див. рис 24) відображено два показника:  $V_n$  і  $V_n$ , або, з одного боку, показник кількості випадків ( $V_n$ ), у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, у якому імідується український політик. З іншого боку, у діаграмі 1 подано і показник кількості ( $V_n$ ), або показник кількості випадків, у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані на тій же сторінці, де є стаття, у якій імідується український політик. Співвіднесеність показників  $V_n$  і  $V_n$  дозволить дослідникові за формулою 3.6 вивести коефіцієнт  $\lambda$ . Порівняльний аналіз коефіцієнтів, що одержані при аналізі імідування журналістами українських політиків дослідник може подати в табл. 3.12, а також діаграму 4.

Таблиця 3.12

**Результати аналізу текстів публіцистичних матеріалів на предмет виявлення в них функцій психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом – 2.1.4 – «Асиндентон»)**

№ п/п	Назва публіцистичного матеріалу	Політик, якого імідує журналіст	Кількість випадків використання інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті		
			Коефіцієнт $\lambda$	Коефіцієнт $\mu$	Коефіцієнт $\omega$
1	2	3	4	5	6
1.	Ігнатов І. Україна та Німеччина вимірили інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13]	А. Кінах	2	0	0,3

### Розділ 3. Методи наукового пізнання

*Продовження таблиці 3.12*

1	2	3	4	5	6
2.	Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4-5]	В. Ющенко	15	0	1,4
3.	Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. - № 29. – липень 2003. – С. 3]	Л. Кучма	4	0	0,1
4.	Чирва В. Генадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. - № 168. – 24.11.2003. – С. 6]	Г. Самофалов	4	3	1
5.	Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000.- № 33. – 15-23.08.2003. – С. А7]	В. Ющенко	0,33	27	2,8
	С Е Р Е Д Н І Й П О К А З Н И К:		5,0	6	1,1

**Примітки:**

$V_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей (VIP-персон) і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

$B_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття;

**Коефіцієнт  $\lambda$**  співвідношення, з одного боку,  $V_n$ , з іншого боку,  $B_n$ ; розраховується за формулою:

$$\lambda = \frac{V_n}{B_n} \quad (2.1)$$

$K_{пo}$  – кількість «позитивних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо на захист українського політика, що іміджується у статті;

$K_n$  – кількість «негативних» слів, які вжито журналістами і спрямовано проти українського політика, що іміджується у статті;

**Коефіцієнт  $\mu$**  – співвідношення, з одного боку,  $K_n$ , з іншого боку,  $K_{пo}$ ; розраховується за формулою:

$$\mu = \frac{K_{пo}}{K_n} \quad (3.9)$$

$K_n$  – кількість вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого іміджує журналіст;

$K_\phi$  – кількість вживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика.

**Коефіцієнт  $\omega$**  – співвідношення, з одного боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади того фігуранта, на фоні якого журналіст іміджує українського політика ( $K_\phi$ ), з іншого боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого журналіст іміджує ( $K_n$ ); коефіцієнт  $\omega$  розраховується за формулою:

$$\omega = \frac{K_\phi}{K_n} \quad (3.10)$$

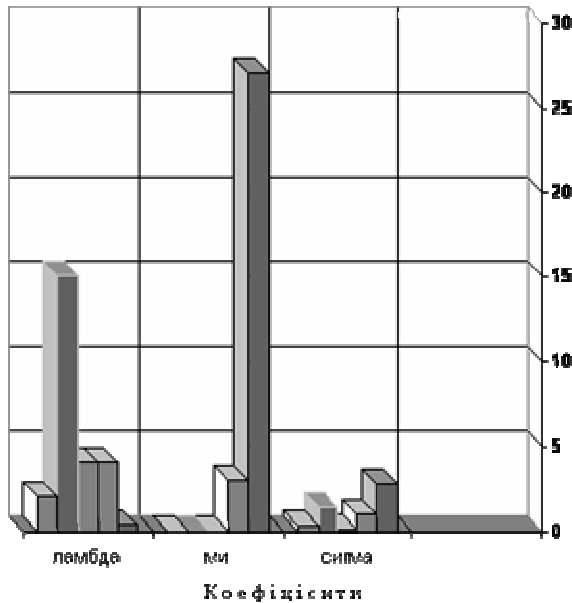


Рис. 27. Діаграма 4. Показники коефіцієнтів лямбда, мі та сигма при аналізі функціональності психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом – 2.1.4 – "Асиндентон" для іміджування політиків)



### Розділ 3. Методи наукового пізнання

#### Примітки:

$V_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади позитивно відомих людей (VIP-персон) і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, на якій є аналізована стаття;

$V_n$  – кількість випадків, у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, в якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, на якій є аналізована стаття;

**Коефіцієнт  $\lambda$**  – співвідношення, з одного боку,  $V_n$ , з іншого боку,  $V_n$ ; розраховується за формулою:

$$\lambda = \frac{V_{п}}{V_{н}} \quad (3.11)$$

$K_{по}$  – кількість «позитивних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо на захист українського політика, що іміджується у статті;

$K_n$  – кількість «негативних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо проти українського політика, що іміджується у статті;

**Коефіцієнт  $\mu$**  – співвідношення, з одного боку,  $K_n$ , з іншого боку,  $K_{по}$ ; розраховується за формулою:

$$\mu = \frac{K_{по}}{K_n} \quad (3.12)$$

$K_n$  – кількість вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого іміджує журналіст;

$K_{ф}$  – кількість вживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика.

**Коефіцієнт  $\omega$**  – співвідношення, з одного боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади того фігуранта, на фоні якого журналіст іміджує українського політика ( $K_{ф}$ ), з іншого боку, показника кількості вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого журналіст іміджує ( $K_n$ ); коефіцієнт  $\omega$  розраховується за формулою:

$$\omega = \frac{K_{ф}}{K_n} \quad (3.13)$$

$K_n$  – кількість вживання прізвища, імені, по батькові та посади українського політика, якого іміджує журналіст;

$K_{ф}$  – кількість вживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика;

«1» – імідування політика А. Кінаха (Ігнатів І. Україна та Німеччина виміряли інвестиції [Киевские ведомости. – 13.11.2003. – С. 13]);

«2» – імідування політика В. Ющенко (1) (Яригін І. Кому інтеграція, а кому провокаційна грація [Киевские ведомости. – 28.09.2003. – С. 4–5]);

«3» – імідування політика Л. Кучми (Чеброва Т. Рубіновий хрест Олександра Малініна було видно з балкону третього ярусу [Бульвар. – № 29. – липень 2003. – С. 3]);

«4» – іміджування політика Г. Самофалова (Чирва В. Генадій Самофалов: «Наші двері відкриті для інших фракцій» [Столичка. – № 168. – 24.11.2003. – С. 6]);

«5» – іміджування політика В. Ющенко (2) (Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко [2000. – № 33. – 15-23.08.2003. – С. А7]).

Аналіз даних діаграми 1 «Кількість випадків використання інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті» дозволив зафіксувати такі особливості:

1) журналісти при іміжуванні чотирьох українських політиків (А. Кінах, В. Ющенко, Л. Кучма та Г. Самофалов) у всіх відібраних нами у випадковому порядку п'яти публіцистичних матеріалах чотирьох різних українських газет («Киевские ведомости», «Бульвар», «Столичка», «2000») використовували психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом – 2.1.4 «Асиндентон, або коментування зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач ставиться позитивно»); до тих об'єктів, до яких споживачі ставляться позитивно й імена яких вживаються у статтях, що розташовані на одній сторінці з тією статтею, у якій журналісти іміджують українського політика, ми віднесли, наприклад: О. Малініна – російського співака, Б. Холода – голову Національної ради України з питань телебачення та радіомовлення, В. Черномирдін – російський посол в Україні, В. Величко – посол Білорусії в Україні, Ж. Ширак – президент Франції, Єлизавета II – королева Великої Британії та ін.

2) використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ (за кодом 2.1.4 – «Асиндентон») для утворення й підтримки негативного іміджу українських політиків також фіксується при аналізі даних діаграми 2.2 (див.: Додаток Б 3); із п'яти публіцистичних матеріалів, які іміджують чотирьох згаданих вище українських політиків, в одній тільки статті (Лозунько С. Стінка на стінку: Ющенко – Симоненко // 2000. – № 33. – 15–23.08.2003.) фіксується вживання імені «Віктора Ющенко» серед імен тих відомих в Україні й у світі людей, до яких споживачі у більшості своїй ставляться негативно (наприклад, Д. Буш-молодший – президент США, В. Джексон – колишній працівник Пентагону, В. Путін – президент Росії та ін.);

3) полярними у своїх показниках (пор.: найвищий позитивний показник – 15 і найнижчий позитивний показник – 1) є використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» при утворенні іміджу політика В. Ющенко);

4) низькими показниками використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентону» можна вважати позитивні показники політиків: А. Кінаха, Л. Кучми і Г. Самофалова.

Інтерпретація перелічених у пп. 1–3 особливостей діаграми 1 дозволяє дослідникові сформулювати такі висновки.

1. Використання журналістами (й редакторами ЗМІ) психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентону» у кожному окремому випадку є вибіркоvim і цілеспрямованим.

2. За період від серпня до листопада 2003 року (строки, у які виходили з друку п'ять публіцистичних матеріалів, що аналізувалися раніше) найактивніше журналісти використовували психолінгвістичний інструмент ЗМІ «Асиндентон» для формування (можливо, для підтримки вже існуючого) і позитивного, і негативного іміджу українського політика В. Ющенка.

3. Використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» щодо інших трьох політиків (а саме: А. Кінаха, Л. Кучми і Г. Самофалова) можна вважати таким, що відповідає формуванню (підтриманню також) позитивного іміджу. Окрім того, рівень утворення з боку ЗМІ позитивного іміджу згаданих трьох українських політиків невисокий, що можна пояснити відсутністю (у зазначений період) спрямованості ЗМІ на позитивне іміджування політиків.

Аналіз даних діаграми 2 «Кількість випадків використання психолінгвістичного інструменту 2.1.4 у різних формах у тексті» (див. рис. 25) дозволив нам зафіксувати такі особливості:

1) психолінгвістичний інструмент ЗМІ за кодом 2.1.4 – «Асиндентон, або коментування зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач ставиться позитивно-негативно» – використовується у всіх проаналізованих нами публіцистичних матеріалах, що іміджують українських політиків;

2) позитивні слова, які журналісти вживають на захист таких політиків як: А. Кінах, Л. Кучма та Г. Самофалов (із п'яти публіцистичних матеріалів – 100% – у 60% випадках подаються позитивні іміджеві слова);

3) негативні слова, які журналісти використовують прямо проти українського політика, що іміджується у статі, стосуються В. Ющенка

(із п'яти публіцистичних матеріалів – 100% – у 40% випадків подаються негативні іміджеві слова);

4) серед найвищих показників уживання позитивних слів фіксується показник (67), що стосується політика А. Кінаха;

5) серед найвищих показників уживання негативних слів фіксується показник (27), який стосується політика В. Ющенка;

6) слід зазначити, що позитивні слова щодо політика В. Ющенка з двох випадків використовуються тільки в одному; при цьому такий показник є мінімальним.

Зазначені особливості використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ за кодом 2.1.4 – «Асиндентон» – дозволяють дослідникові сформулювати такі висновки.

1. Психолінгвістичний інструмент ЗМІ «Асиндентон» журналісти використовують досить активно.

2. Подібне використання ЗМІ здійснює вибірково.

3. Така вибірковість залежить від політичної орієнтації періодичного видання та журналістів, які там працюють.

4. Найактивніше психолінгвістичний інструмент ЗМІ «Асиндентон» використовується до двох політичних фігур: у позитивному плані – до А. Кінаха, у негативному плані – до В. Ющенка.

Дані діаграми 3 (див. рис. 26) відображають кількість випадків використання психолінгвістичного інструменту ЗМІ за кодом 2.1.4 – «Асиндентон» – у різних формах у тексті (коефіцієнт  $\omega$  – сигма). У діаграмі 2.4 відображена співвіднесеність двох таких показників: з одного боку, подано показник кількості вживання прізвища, імені, по батькові (далі скорочено – імені) та посади українського політика, якого іміджує журналіст у статті; з іншого боку, подається показник кількості вживання прізвищ, імен, по батькові та посад тих відомих фігурантів, на фоні яких журналіст іміджує українського політика.

Аналіз даних діаграми 3 дозволяє дослідникові зафіксувати такі особливості:

1) найчастіше журналісти вживають ім'я та посаду політика В. Ющенка;

2) найменш частотним слід вважати вживання журналістами імені та посади політика Л. Кучми;

3) найбільш часто журналісти вживають імена і посади відомих людей (фонових фігур) при іміжуванні політика В. Ющенка;

4) найменшу кількість випадків уживання імен та посад фонових фігур журналісти використовують при іміджуванні політиків А. Кінаха і Г. Самофалова.

Показники діаграми 3 дозволяють дослідникові дійти таких висновків.

1. Психолінгвістичний інструмент ЗМІ за кодом 2.1.4 – «Асиндентон» – функціональний.

2. Характер функціональності згаданого психолінгвістичного інструменту ЗМІ визначається конкретною фігурою українського політика, його політичною активністю, ставленням до влади та опозиції тощо.

3. Інтенсивність та доцільність використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» залежить від політичної забарвленості і самих авторів публіцистичних матеріалів, і політичною коректністю їхніх редакторів, власників, замовників.

Результати інтерпретації показників діаграм 1–3 підштовхують дослідника до думки про доцільності порівняльного аналізу коефіцієнтів  $\lambda$ ,  $\mu$  та  $\omega$  (див.: табл. 3.12). Графічну форму така інтерпретація набула у діаграмі 4 (див.: рис. 27). Особливостями порівняльного аналізу даних діаграми 4 стали такі:

1) найвищим показником використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» за коефіцієнтом  $\lambda$  фіксується проти статті про політика В. Ющенка (коефіцієнт  $\lambda$  відображає співвідношення: з одного боку, показників кількості випадків, у яких журналісти вживають імена позитивно відомих людей і про яких згадано у текстах, що розташовані поруч з тим текстом, у якому іміджується український політик, і які розміщено на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття, а з іншого боку, показників кількості випадків, у яких журналісти вживають імена та посади негативно відомих людей, про яких згадано у текстах, що розташовані поруч із тим текстом, у якому іміджується український політик, і які розташовано на тій газетній сторінці, де є аналізована стаття);

2) найвищим показником використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» за коефіцієнтом  $\mu$  фіксується проти статті про політика В. Ющенка (коефіцієнт  $\mu$  відображає співвідношення показників, з одного боку, кількості «позитивних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо на захист українського політика, що іміджується у статі; з іншого боку, кількості «негативних» слів, які вжито журналістами і спрямовано прямо проти українського політика, що іміджується у статті);

3) найвищим показником використання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» за коефіцієнтом  $\omega$  фіксується проти статті про політика В. Ющенка (коефіцієнт  $\omega$  відображає співвідношення, з одного боку, показника кількості вживання імені та посади українського політика, якого журналіст іміджує; з іншого боку, показника кількості вживання імені та посади того фігуранта, на фоні якого журналіст іміджує українського політика);

4) із трьох коефіцієнтів ( $\lambda$ ,  $\mu$  та  $\omega$ ), які ми використали в аналізі функціональності психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» для імідування політиків найвищим слід визнати коефіцієнт  $\mu$ , або той, який фіксує співвіднесення показників кількості вжитих журналістами «позитивних» та «негативних» слів щодо політиків, яких ЗМІ імідували; серед лідерів за показником коефіцієнту  $\mu$  виявилися статті про політика В. Ющенка у газетах «Киевские ведомости» та «2000».

Зазначені особливості діаграми 4 (див. рис. 27) повинні привести дослідника до таких висновків.

1. Найбільш функціональним (ефективним, дієвим та частотним) можна вважати вживання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» із позицій імідування політика за допомогою «позитивних» або «негативних» слів (коефіцієнт  $\mu$ ).

2. Найменш функціональним слід вважати вживання журналістами психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» із позицій імідування політика при вживанні його імені та посади за допомогою частотного вживання у тексті статі імені та посади відомого споживачеві фонового фігуранта.

3. Найбільш показовим для виокремлення функціональності психолінгвістичного інструменту ЗМІ «Асиндентон» для імідування політиків можна вважати коефіцієнт  $\lambda$ , за допомогою якого журналісти фіксують імідж політика на фоні відомих споживачеві людей.

Загальні висновки дослідника, який залучив опис як метод відбиття результатів за рахунок єдності слова, знака, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць, можуть бути представлені декількома положеннями.

Дослідник передбачав, що елементи моделі ЗМІ-ФІП при подаванні іміджу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників є функціональними. Передбачення повністю підтвердилося.

У результаті використання методу датчика випадкових чисел було відібрано п'ять елементів моделі ЗМІ-ФІП, із яких в описаному дослідженні два були верифікованими. Серед них:

1) мовознавчі загальні психолінгвістичні інструменти ЗМІ для імідування політиків;

2) психолінгвістичні інструменти технології маркетингових комунікацій, що використовують ЗМІ.

У свою чергу, із кожного елемента моделі ЗМІ-ФІП із тих двох, які згадані вище, також за методом датчика випадкових чисел дослідник обрав по одному психолінгвістичному інструменту ЗМІ для імідування політиків. Серед таких опинилися:

1) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом – 1.3.3 – «Конфлікт-контраст між стандартом літературної мови та експресією журналістів») для імідування українських політиків із позицій їхніх захисників та противників (який є складовою першого елемента моделі ЗМІ-ФІП «Мовознавчі загальні психолінгвістичні інструменти ЗМІ для імідування політиків»);

2) психолінгвістичний інструмент ЗМІ (за кодом 2.1.4 – «Асиндентон, або коментування зображення політика поруч з об'єктами, до яких споживач ставиться позитивно») при утворенні-руйнуванні образу українських політиків із позицій їхніх захисників та противників (який є складовою другого елемента моделі ЗМІ-ФІП «Психолінгвістичні інструменти технології маркетингових комунікацій, що використовують ЗМІ»).

Дослідник встановив, що обидва згаданих психолінгвістичних інструменти ЗМІ для імідування політиків ефективно й дієво функціонують у процесі подавання журналістами іміду українських політиків із позицій їхніх захисників та противників. Додатково встановлено факт різного ступеня функціональності психолінгвістичних інструментів ЗМІ. Такий різний ступінь залежить від політичних орієнтацій, замовлень та переваг і самих журналістів, і редакторів та власників засобів масової інформації.

Отже, раніше на прикладі верифікації (практичної перевірки) гіпотези дослідника був залучений опис як метод відбиття результатів за рахунок єдності слова, знаку, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць. Використання методу опису у згаданій єдності є ефективним та ілюстративним у доведенні передбачення дослідника.

**Кількісний і якісний опис.**

**Єдність кількісного і якісного опису**

Для здійснення ефективного дослідження варто звернутися до кількісного та якісного опису предмета вивчення.

*Кількісний опис* (кількісний аналіз) – це опис, здійснений завдяки цифровим показникам, що можуть бути розміщені у формулах, таблицях, нерівностях тощо. Кількісним аналізом називають метод опису та пояснення досліджуваних явищ, процесів, предметів завдяки цифровим показникам. Під час здійснення кількісного аналізу якісні показники не враховуються.

Оскільки формули і таблиці описані вище, далі подано лише пояснення щодо кількісного опису (аналізу) завдяки нерівностям, якими називають відсутність рівності, у математиці нерівністю називають співвідношення поміж величинами, які показують, що одна величина більша або менша за іншу. Знаками нерівності традиційно  $\epsilon >$ ,  $\epsilon <$ . Приклад запису нерівності:

$$15,3 < 15,4 < 15,5 \quad (3.14)$$

Нерівність може бути записана у символічному вигляді, якщо цифрові показники замінити на літери, наприклад, латинської абетки:

$$a < f > c \quad (3.15)$$

На практиці опис завдяки нерівностям майже не використовують, але іноді дослідник має право звернутися до такого виду інтерпретації даних.

Якісний опис (якісний аналіз) є фіксацією особливостей, тенденцій та напрямків явищ, процесів, предметів, що здійснюється завдяки відслідковуванню характеристик, що повторюються або таких, що мають близькі кількісні показники. Якісним описом (аналізом) називають метод пошуку і фіксації ознак, властивостей, що відрізняють один предмет або явище від інших. Причому слід пам'ятати про те, що кількісні показники не враховуються під час здійснення якісного аналізу, але слугують додатковим підтвердженням висновків дослідника.

*Кількісний і якісний описи доповнюють* один одного і застосовуються на практиці як два боки одного процесу. Наприклад, вивчаючи соціокультурну роль мас-медіа у формуванні громадянського суспільства в Україні дослідникові необхідно з'ясувати те, наскільки мас-медіа України впливають на формування громадянського суспільства в країні. Передусім, дослідник визначає провідні, наприклад,



### Розділ 3. Методи наукового пізнання

телевізійні мас-медіа, які чинять відчутний вплив на формування й активність елементів громадянського суспільства. Таким елементами у будь-якому суспільстві є недержавні організації та спілки, наприклад, в Україні це: Спілка працівників важкої промисловості, Союз чорнобильців, Партія регіонів, Комуністична партія України, партія «Наша Україна», партія «Батьківщина», Блок Юлії Тимошенко, Всеукраїнське об'єднання «Свобода», Об'єднання ветеранів війни в Афганістані; суспільна організація «Об'єднання вкладників «Еліта-Центр», тощо. Дослідникові слід визначити рейтингові (популярні і впливові) мас-медіа для України. Звертаючись до щотижневих рейтингів, наприклад, телевізійних мас-медіа, які подає сайт «Медіаграмотність», дослідник з'ясовує, що такими є новинні програми на таких телеканалах: «Подробности» (телеканал «Інтер»), «ТСН» (телеканал «Студія 1+1»), «Факти» (телеканал «ICTV»), «Вікна» (телеканал «СТБ»), «События» (телеканал «Україна»), «Репортер» (телеканал «Новий»). Дослідник шляхом експерименту та завдяки опитуванню з'ясовує, що певні телесюжети стимулюють активність недержавних об'єднань в Україні. Далі дослідник будує таблицю і подає в ній результати свого спостереження через детальний опис коефіцієнтів такого впливу мас-медіа на суспільство (див. табл. 3.13).

*Таблиця 3.13*

#### **Ступінь впливу телевізійних новинних передач рейтингових мас-медіа України на формування (стимулювання активності) громадянського суспільства в Україні (у період від 01.01.2012 до 01.06.2012)**

№ п/п	Назва новинної передачі і телеканалу	Назва громадянської організації та коефіцієнт (max – 3,0) її активності після сюжету в теленовинах		
		Партія регіонів	Професійна спілка працівників важкої промисловості	Всеукраїнське об'єднання захисників тварин
1	2	3	4	5
1	«Подробности» (телеканал «Інтер») (сюжет «Вбивство Оксани Макар»)	1,3	0,1	0,3

1	2	3	4	5
2	«ТСН» (телеканал «Студія 1+1») (сюжет про Межигір'я)	2,4	0,5	1,1
3	«Факти» (телеканал «ICTV») (сюжет про загибель 5 українських туристів у Словачії)	0,3	0	0
4	«Вікна» (телеканал «СТБ») (сюжет про пікетування Українського дому в Києві)	2,0	1,8	1,0
5	«События» (телеканал «Україна») (сюжет про отруєння еклерами 24 громадян на Житомирщині)	1,1	0,9	1,2
6	«Репортер» (телеканал «Новий») (сюжет про вакцинацію безпритульних тварин в Україні)	0,2	0	1,6
7	Середній показник коефіцієнту активності	1,21	0,55	0,83

Аналіз показників табл. 3.13 свідчить про те, що дослідник використав кількісний опис (аналіз) та інтерпретацію даних. Якісний опис (аналіз) досліднику варто здійснити завдяки уважному вивчення та спостереженню за різницею між показниками, особливу увагу слід звернути на середні показники коефіцієнта активності. Зрозумі-

міло, що найвищим (1,21) коефіцієнтом активності є той, який зафіксовано у «Партії регіонів». Найменший (0,55) коефіцієнт відповідає активності «Професійної спілки працівників важкої промисловості». Поміж найвищим і найнижчим показником є показник 0,83, що характеризує активність «Всеукраїнського об'єднання захисників тварин». Якісний опис у такому співвідношенні показників коефіцієнтів активності громадянських організацій може спиратися на вираховування кратності показників активності «Всеукраїнського об'єднання захисників тварин» (ВОЗТ – 0,83) і «Професійної спілки працівників важкої промисловості» (ПСПВП – 0,55) щодо показника активності «Партії регіонів» (ПР – 1,21). Такий показник кратності вираховується шляхом ділення більшого числа на менше, наприклад, кратність між показниками ПР (1,21) і ВОЗТ (0,83) вимірюється:

$$K_a = \frac{N_{\text{ПР}}}{N_{\text{ВОЗТ}}} = \frac{1,21}{0,83} = \quad (3.15)$$

Отриманий показник 1,45 є кратністю, яку тлумачать як те, що у період від 01.01.2012 до 01.06.2012 на активність громадської (недержавної) політичної організації «Партія регіонів» шість провідних (рейтингових) телевізійних каналів України здійснюють вплив у 1,45 разів більший, ніж на активність громадської (недержавної) організації «Всеукраїнське об'єднання захисників тварин».

З метою з'ясування кратності між ПР та ПСПВП щодо впливу на їхню активність сюжетів телевізійних новин шести рейтингових каналів досліднику необхідно знову звернутися до формули 3.15:

$$K_a = \frac{N_{\text{ПР}}}{N_{\text{ПСВП}}} = \frac{0,55}{1,21} = \quad (3.16)$$

Одержаний дослідником показник кратності слід тлумачити як те, що у період від 01.01.2012 до 01.06.2012 на активність громадської (недержавної) політичної організації «Партія регіонів» шість провідних (рейтингових) телевізійних каналів України здійснюють вплив у 2,2 рази більший, ніж на активність громадської (недержавної) організації «Професійної спілки працівників важкої промисловості».

Дослідник, який звернувся до кількісного і якісного описів (аналізів) результатів дослідження у їхній єдності, має відчувати чітку межу між ними. Приклад, наведений раніше про вплив сю-

жетів у новинах рейтингових телеканалів на активність недержавних організацій України, свідчить про те, що дані, відбиті у цифрах, є першим ступенем інтерпретації. Другим ступенем інтерпретації слід вважати внесення цифрових показників до таблиці за певними принципами і критеріями. Підбиття підсумків у вигляді підрахування середніх показників або показників кратності є третім ступенем інтерпретації даних дослідження. Але найвищим ступенем інтерпретації результатів дослідження є відстеження і з'ясування певних характеристик, отриманих під час інтерпретації першого, другого і третього ступенів. Перераховані три ступені інтерпретації одержаних даних є кількісним описом (аналізом). Саме три згаданих ступені інтерпретації даних дослідження дають дослідникові право здійснювати якісний опис (аналіз), суть якого полягає в тому, щоб помітити тенденції, різницю, особливості, закономірності, що можуть підтвердити або спростувати передбачення науковця. У наведеному прикладі такою тенденцією варто визначити те, що недержавна політична організація «Партія регіонів» швидше й інтенсивніше реагує на телесюжети в новинних передачах рейтингових каналів України, аніж це роблять недержавні організації.

Спираючись на наведений приклад застосування кількісного і якісного опису (аналізу) як методу дослідження, треба сформулювати висновок про те, що єдність кількісного і якісного опису (аналізу) доводить доцільність і дієвість формулювання висновків наукового пошуку.

### ***3.2.3. Вимірювання***

Вимірюванням називають визначення будь-якою мірою величини будь-чого. Частіше інструментом вимірювання є еталон, із яким дослідник порівнює одержані у досліді результати з тими, які прийнято за еталон, зразок, міру. Наприклад, для вимірювання температури повітря на вулиці слід подивитися на термометр, який і здійснює сам процес вимірювання, тобто визначає стан температури у секунду візуальної фіксації дослідником рівня ртутного стовпчика відносно позначки «0». Така позначка в науці прийнята як початкова після дослідів ученого Цельсія. Він запропонував вважати температурою замерзання води позначку «0» на шкалі холода-тепла. Нині,

якщо необхідно визначити температуру повітря, дослідник звертається до шкали Цельсія (або Кальвіна). Якщо на шкалі температури ртутний стовпчик завмер на позначці, наприклад, «-2», це означатиме, що у повітрі – мороз, або температура, що на 2 одиниці нижче позначки «0». Якщо стовпчик буде показувати температуру «+22», це означатиме, що у повітрі – тепло, або температура, що на 22 одиниці вище за позначку «0». Отже, позначка «0» є еталоном, початком відліку. Відносно такого еталону й визначається температура повітря.

Інший приклад вимірювання: для визначення, наприклад, дефіциту бюджету треба знати, яку суму очікує держава отримати від доходів (зокрема й від податків громадян та підприємств). Далі необхідно знати, яку суму треба витратити, щоб покрити потреби населення. Різниця між згаданими двома показниками і буде дефіцитом бюджету. Наприклад, дохідна частина бюджету нараховує 135 000 000 грн. Витратна частина бюджету вимагає 156 000 000 грн. Різниця між доходом і потребами у наведеному прикладі сягає суми 21 000 000 грн. Це означає, що дефіцит бюджету становить 21 000 000 грн.

Варто навести приклад, що наближений до вимірювання під час дослідження в соціальних комунікаціях. Наприклад, дослідник ставить перед собою завдання виміряти інмутаційний (той, що відповідає зміні моделей поведінки на гірше) характер сучасного телевізійного новинного дискурсу в Україні. Спочатку він викладає проблему, яка спонукала його до залучення методу вимірювання. Наприклад, проблема полягає в тому, що нині телевізійний новинний дискурс, переповнений не тільки позитивною інформацією, але й, маючи негативний смисл, у сукупності є системою негативного характеру. Проблемою є незнання того, у чому саме виражається негативний характер продукту, що циркулює в дискурсі і телевізійного контенту, і в дискурсі життя кожної пересічної людини в Україні.

Спираючись на стисло викладену проблему, дослідник визначає об'єкт вивчення, а саме: сучасний телевізійний дискурс в Україні. У такому випадку предметом дослідження дослідник обирає інмутаційний характер сучасного телевізійного дискурсу в Україні.

Визначення об'єкта і предмета дозволяє дослідникові висунути гіпотезу про те, що сучасний телевізійний дискурс в Україні має інмутаційний характер (той, що змінює поведінку аудиторії на гірше). На підставі передбачення, дослідник ставить за мету свого наукового пошуку доведення думки про те, що сучасний телевізійний дискурс в Україні має інмутаційний характер (такий, що змінює моделі поведінки суспільства на гірше).

Досягненню поставленої мети дослідникові допоможе теоретичний метод – гіпотетико-дедуктивний та емпіричні методи, а саме: спостереження, опис, порівняння. Серед загальнонаукових методів дослідження вчений обирає аналіз, синтез, абстрагування, узагальнення, індукцію і дедукцію, ідеальне моделювання.

Методикою дослідження варто визначити такий порядок теоретико-емпіричних процедур:

1) визначення семантики термінів «сучасний телевізійний дискурс в Україні» та «інмутаційний характер»;

2) планування, організація та проведення практичного дослідження сучасного телевізійного дискурсу в Україні на предмет ідентифікації у ньому інмутаційних характеристик;

3) опис, деталізація й класифікація інмутаційних характеристик сучасного телевізійного дискурсу в Україні.

Маючи три чіткі завдання, дослідник починає виконувати перше з них і звертається до уточнення семантики терміна «сучасний телевізійний дискурс в Україні», який визначається з урахуванням праць дослідників. Відомо, що в перекладі з латинської слово «discursus» означає і «бігання взад-вперед», і «рух, колообіг», і «бесіду, розмову». Разом із тим, термін «дискурс» вживають у смислі «мовлення» і «спосіб говоріння». Наприклад, А. Кибрик і П. Паршин пропонують розглядати три можливі класи вживання терміна «дискурс», а саме:

1) *субо лінгвістичне* вживання (автор терміна З. Харріс – 1952 рік; дискурс тлумачиться з двох боків: перший – дискурс розглядається як мовлення, що є часткою комунікаційної ситуації, тобто соціальною складовою як категорією суспільною, загальною на противагу мовленнєвій діяльності індивіда як категорії частковій; другий – дискурс розглядається як рух інформації в межах комунікаційної ситуації, як обмін репліками;

2) *структуралістське і постструктуралістське* вживання (автори значення терміна – М. Фуко та його послідовники А. Греймас, Ж. Дерріда, Ю. Крістева; дискурс як спосіб говоріння);

3) *ідеально-критичне* вживання (близьке розумінню Ю. Габермаса) терміна «дискурс» як «особливого ідеального виду комунікації, що здійснюється у відстороненні від соціальної реальності, традицій, авторитету, комунікативної рутини» і має на меті критичне обговорення й обґрунтування поглядів і дій учасників комунікації.

Дослідник може звернутися до «джерельного» значення латинського слова «discursus», а саме: «бігання взад-вперед», і «рух, колообіг» і тлумачити значення терміна «дискурс» у такому формулюванні: *рух інформації, її колообіг; рух інформації в часово-просторовому колі – континуумі кодування, транслювання, трансформації, сприймання, декодування і рефлексії*. Дослідникові варто уникати вживання терміна «комунікація», оскільки «обмін інформацією» не є суттю дискурсу.

Зважаючи на наведене суб'єктивне тлумачення терміна «дискурс» і надалі вживаючи його в словосполученні «сучасний телевізійний дискурс в Україні», дослідник має право декларувати такий смисл останнього: сучасний телевізійний рух інформації в Україні.

Пояснюючи значення терміна «інмутаційний характер», дослідникові варто звернутися до теорії інмутації суспільства О. Холода, основою якої є поняття «інмутація суспільства». Згаданий термін автор тлумачить як зміну моделей поведінки суспільства на гірше. Поєднуючи смисл терміна «інмутація суспільства» із смислом терміна «сучасний телевізійний рух інформації в Україні», науковець отримує сукупний смисл назви дослідження «інмутаційний характер сучасного телевізійного дискурсу в Україні» як «негативний характер сучасного телевізійного руху інформації в Україні». Отже, сформулювавши тлумачення вживаних надалі термінів, дослідник виконує перше завдання дослідження.

Другою дослідницькою процедурою науковець визначив планування, організацію та проведення практичного дослідження сучасного телевізійного дискурсу в Україні на предмет ідентифікації у ньому інмутаційних характеристик. Для реалізації поставленого завдання варто запланувати практичне дослідження за такими критеріями:

1) відбір п'яти рейтингових (на період дослідження) в Україні телеканалів;

2) відбір на кожному з п'яти телеканалів по одному випуску новинних передач, що транслюються в прайм-тайм (від 18.00 до 23.00), наприклад, у період від 16 травня до 01 червня 2011 року;

3) моніторинг телевізійних новинних випусків за такими показниками:

а) загальна кількість сюжетів в одному випуску новин,

б) кількість сюжетів, які негативно/позитивно оцінюють телеглядачі (ступінь і якість впливу слід здійснювати через опитування аудиторії методом фокус-групи).

Варто нагадати, що фокус-групою називають «метод дослідження, який є інтерв'юванням представників цільової аудиторії» з отриманням від респондентів суб'єктивних думок про предмет опитування. Частіше за все фокус-група означає певну кількість постійних респондентів, участь яких у фокус-групі оплачується продукцією або разовими грошовими преміями.

Дослідникові необхідно врахувати, що до питань про з'ясування інмутаційного (зміна поведінки на негативне) чи мутаційного (зміна поведінки на краще) характеру сюжетів теленовин за методикою О. Холода необхідно внести питання про «здатність» телесюжетів змінювати моделі поведінки аудиторії.

За даними компанії Gfk Ukraine на 15.05.2011 року в Україні були популярними такі чотири телеканали: «Інтер», «Студія 1+1», «Україна», «ICTV», «Новий канал» (далі назви телеканалів подаються без лапок). З метою порівняння дослідникові варто звернутися і до телеканалу новин, який не входить до шести популярних, так званих «рейтингових» каналів: «5 канал». Згадані телеканали мають власні випуски новин (див. табл. 3.14).

Таблиця 3.14

**Перелік телеканалів та випусків новин**

<b>№ п/п</b>	<b>Назва телеканалу</b>	<b>Назва випуску новин</b>
1	2	3
1.	Інтер	Подробности
2.	Студія 1+1	ТСН



### Розділ 3. Методи наукового пізнання

#### Продовження таблиці 3.14

1	2	3
3.	5 канал	Час новин
4.	Україна	События
5.	Новий канал	Репортер

У період від 16 травня до 01 червня 2011 року здійснено спостереження й опис по одному випуску новин на кожному телеканалі у часовий проміжок від 5 до 30 хвилин. Результати спостереження й опису подано в табл. 3.14.

Методика опитування фокус-групи була такою: 2 питання були запропоновані респондентам фокус-групи (15 викладачам і студентам заочного відділення четвертого курсу Інституту журналістики Київського міжнародного університету). Метою опитування було визначення думки респондентів про те, чи має сучасний телевізійний дискурс в Україні інмутаційний характер (такий, що змінює моделі поведінки суспільства на гірше).

Таблиця 3.15

#### Диференціація відповідей респондентів

ПІДСУМОК				ВПЛИВ НОВИН НА ПОВЕДІНКУ	
№ п/п	Код реакції респондента	К-сть	%	Відбува- ється	Не відбува- ється
1	2	3	4	5	6
1	НЗ Негативний зміст	7	23,3	23,3	-
2	О Опосередковано	6	20,0	20,0	-
3	НТ Не так	4	13	-	13,3
4	В Впливають	4	13,3	13,3	-
5	СВ Серйозно впливають	4	13,3	13,3	-

Продовження таблиці 3.15

1	2	3	4	5	6
6	МТ Майже так	1	3,3	3,3	-
7	М Можливо	1	3,3	3,3	-
8	ЗН Зовсім ні	1	3,3	-	3,3
9	НН Непрофесійні новини	1	3,3	-	3,3
10	ЗЗ Змусять задуматись	1	3,3	3,3	-
<b>РАЗОМ</b>		30	100,0	79,8	19,9

Опитування проводили 23 червня 2011 року в індивідуальному порядку протягом двох годин. В ньому брали участь респонденти віком від 20 до 23 років (студенти) і від 39 до 63 років (викладачі: професори і доценти; доктори і кандидати наук).

Аналіз тенденцій показників дозволить науковцю зафіксувати такі особливості:

1) на поставлені два питання респонденти запропонували десять варіантів відповідей, які були узагальнені й названі робочими іменами, а саме: негативний зміст (НЗ), опосередковано (О), не так (НТ), впливають (В), серйозно впливають (СВ), майже так (МТ), можливо (М), зовсім ні (ЗН), непрофесійні новини (НН), змусять задуматись (ЗЗ);

2) найчастотнішим (23,3% випадків) слід вважати показник НЗ («негативний зміст»), що означає: кожний четвертий із числа опитаних на питання про те, чи мають нині теленовини в Україні переважно негативний зміст, підтверджує висловлену думку;

3) водночас, 20% респондентів вважають, що негативний зміст новин залежить від особливостей сприйняття аудиторії, від психічних властивостей людей (їхнього типу темпераменту, характеру, фізіологічних реакцій тощо); опитувані схильні до думки про те, що варто врахувати рівень освіти, стать, соціальний статус глядачів;

4) учасники опитування також вважають, що нині теленовини в Україні впливають (13,3%), серйозно впливають (13,3%), майже впли-

вають (3,3%), можливо впливають (3,3%), змушують задуматись (3,3%); отже, дослідникові слід констатувати: сума перелічених і поіменованих показників дорівнює 36,5%, що означає: кожний третій із числа опитаних вважає, що сучасні теленовини впливають на аудиторію;

5) не погоджуються з такою точкою зору ті респонденти, які вважають, що нині теленовини в Україні не мають переважно негативного характеру (таких 13,3%), що теленовини зовсім не впливають негативно (таких опитуваних 3,3%); також зафіксовано думку про те, що нинішні теленовини є непрофесійними (3,3%);

6) підсумовуючи показники табл. 3.15, дослідник повинен констатувати: 79,8% респондентів вважають, що нині теленовини України мають переважно негативний зміст і здатні вплинути на їхні моделі поведінки (звички, рішення, настрої); 19,9% опитуваних не згодні з таким твердженням.

На підставі занотованих особливостей і тенденцій аналізованих результатів опитування у фокус-групі науковець має право сформулювати *висновки*.

1. На початку дослідження висунуто гіпотеза про те, що сучасний телевізійний дискурс в Україні має інмутаційний характер (такий, що змінює моделі поведінки суспільства на гірше). Висунуте припущення доведене повністю.

2. Разом із тим слід зазначити: декларований вплив є опосередкованим, на що вказують опитувані середнього і старшого віку (від 39 до 63 років). До факторів опосередкованого впливу теленовин на поведінку аудиторії в Україні треба віднести: безсистемність сприйняття інформації, вибіркковість такого сприйняття, психічні властивості і психологічні особливості глядачів, сильніший емоційний вплив з боку негативної (порівняно з позитивною) інформації.

Отже, раніше наведено приклад вимірювання як процесу порівняння отриманої у дослідженні величини з еталоном. Нині вимірювання становить підґрунтя будь-якого дослідження.

Варто розрізняти два види вимірювання:

- 1) наукове;
- 2) побутове.

*Наукове* вимірювання здійснюється завдяки:

➤ цифровим показникам і формулам без використання спеціальних комп'ютерних програм (геометричне вимірювання, тригонометричне, фізичне, хімічне, статистичне, алгебраїчне);

➤ цифровим показникам і формулам з використання спеціальних комп'ютерних програм (наприклад, Office Excel).

*Побутове* вимірювання послуговується використанням елементарних мір глибини; обсягу; довжини, висоти, ширини; маси; інтенсивності тощо.

## Список використаних і рекомендованих джерел

1. *Греймас А.* Структурная семантика / Греймас А.; [пер. с фр.]. – М. : Академический проект, 2004. – 368 с.
2. *Деррида Ж.* Письмо и различие / Ж. Деррида; [пер. с фр.; под ред. В. Лапицкого]. – СПб. : Академический проект, 2000. – 430 с.
3. *Деррида Ж.* О грамматологии / Ж. Деррида; [пер. с фр.; вст. ст. Н. Автономовой]. – М. : Ad Marginem, 2000. – 512 с.
4. *Кибрик А., Паршин П.* Дискурс [Електронний ресурс] / А. Кибрик, П. Паршин. – Режим доступу : [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/DISKURS.html?page=0,0](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/DISKURS.html?page=0,0)
5. *Кристева Ю.* Жест: практика или коммуникация? // Ю. Кристева // Избранные труды: Разрушение поэтики. – М., 2004. – С. 114–135.
6. Середні показники телеканалів за 2–8 травня [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/ratings/2011-05-11/62683>
7. Фокус-група [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.chtotakoe.info/articles/fokus-gruppa\\_616.html](http://www.chtotakoe.info/articles/fokus-gruppa_616.html)
8. *Холод О. М.* Теорія інмутації суспільства : монографія / Холод О. М. – К. : КиМУ, 2011. – 305 с.

### 3.2.4. Експеримент

Латинське слово «experimentum» означає «спробу», «дослід» і тлумачиться в науці як «науково поставлений дослід, спостереження досліджуваного явища в точно фіксованих умовах, що дозволяє слідкувати за ходом явища і багаторазово поновлювати його під час повторення цих умов». Друге значення відповідає більш широкому смислу і сягає давніх часів історії людства. Тоді експериментом називали будь-який дослід будь-чого, спробу щось здійснити. За визначенням психологів, які в науковому плані вперше використали експеримент як метод наукового пошуку, експериментом слід називати «один із дослідницьких методів». Під час експерименту до-

слідник «активно втручається в ситуацію» і маніпулює процесом, фіксує зміни, що виникають. Правильно розрахований експеримент дає можливість досліднику підтвердити чи спростувати висунуту гіпотезу.

Автори «Большой психологической энциклопедии» пропонують ділити експерименти на два великих види: *лабораторний* і *природний*. Їх підтримує Г. М. Андрєєва. Інакше вважають Д. Кемпбелл та Р. Готтсданкер.

Р. Готтсданкер пропонує називати експериментом «проведення дослідження в умовах заздалегідь запланованої (зокрема, спеціально створеної) зміни реальності з метою отримати результати, які можна узагальнити». Експеримент вважається найефективнішим засобом перевірки гіпотези. Дослідник стверджує, що експериментом називають «як реально виконувани (актуальні) дослідження, так і їхні мисленнєві зразки (стандарти)». Відповідно до пропозиції автор запропонував ділити всі експерименти на два великих класи: А – реальні експерименти та Б – мисленнєві експерименти.

Клас А – реальні експерименти, на думку Р. Готтсданкера, слід диференціювати на дві групи: А1 – мають суто практичну мету; А2 – мають мету суто наукову, тобто прагнуть вивчити самі механізми досліджуваного явища.

Перша група (А1) – *практичні* експерименти – має два види:

- 1) природні (дублюють реальний світ);
- 2) штучні (покращують реальний світ);

Друга група (А2) – *наукові* експерименти – включає в себе тільки лабораторні експерименти.

*Експерименти, що дублюють реальний світ*, проводяться в природних умовах, коли експериментатор змінює тільки незалежну змінну. Такі експерименти називають ще індивідуальними, оскільки результати, отримані в ньому, можна екстраполювати тільки на даного конкретного досліджуваного. *Незалежною змінною* слід називати будь-яку реальність, яку може змінити експериментатор; така зміна може проявитися в експерименті, а експериментатор може зафіксувати її. *Екстраполяцією* називають метод наукового дослідження, який полягає в розповсюдженні висновків, які отримано у спостереженні над однією частиною явища, на іншу його частину.

*Експерименти, що «покращують» реальний світ (штучні експерименти)* – це експерименти, як пропонує називати їх Р. Готтс-

данкер, в умовах імітування реальності, що дозволяє досягнути стабілізації рівнів побічних і додаткових змінних.

До наукових експериментів варто віднести, на думку Р. Готтсданкера, і лабораторний експеримент, який є вимірюванням в умовах спеціального виокремлення незалежної змінної та очищення її умов.

Реальні експерименти класу А також диференціюють за використанням у них експериментальних схем, що й дає їм назву. Слід визначити кожен із дев'яти видів експериментів.

1. Індивідуальний експеримент (результати якого поширюються тільки на одного даного досліджуваного).

2. Інтраіндивідуальний експеримент – подання одному (або декільком) досліджуваним усіх умов, які досліджуються.

3. Груповий експеримент – подання групі досліджуваних усіх умов, які досліджуються.

4. Міжгруповий експеримент – подання кожної з умов незалежної змінної різним групам досліджуваних.

5. Крос-індивідуальний експеримент – подання кожному з досліджуваних усіх рівнів незалежної змінної, які досліджуються, у певній послідовності, причому позиції кожного рівня в наборі цих послідовностей – рівні.

6. Бівалентний експеримент – експеримент з двома умовами незалежної змінної.

7. Мультивалентний експеримент – той, який має декілька (понад 2) рівнів незалежної змінної.

8. Факторний експеримент – той, що має дві або декілька незалежних змінних.

9. Багатомірний експеримент – експеримент з декількома незалежними і декількома залежними змінними.

До класу Б – *мисленневих експериментів* – слід віднести, на думку Р. Готтсданкера, такі, що є зразком для будь-яких реальних експериментів. Виконання таких експериментів неможливе або таке, що немає смислу. Причина відсутності смислу у проведенні таких експериментів полягає в тому, що експериментатор може тільки подумки досягти повної відповідності між внутрішньою і зовнішньою валідністю.

*Валідністю*, за Р. Готтсданкером, називають ступінь правомірності висновку про експериментальну гіпотезу, яку забезпечують результати цього експерименту порівняно з результатами експери-

менту, що є бездоганим у всіх трьох аспектах. Автор пропонує розрізняти внутрішню і зовнішню валідність.

*Внутрішня валідність* – це «ступінь правомірності висновку про експериментальну гіпотезу, який ґрунтується на результатах даного експерименту, у порівнянні з тим висновком, в основі якого лежать результати ідеального чи безкінечного експериментів, де зміна незалежної і залежної змінних відбуваються в тих самих умовах, а всі інші, побічні фактори, залишаються незмінними». Наприклад, проблема, яку вивчав дослідник, є актуальною для країн, де демократичні медіа відіграють реальну роль з'єднання різних верств суспільства й здійснення контролю над владою. Україна на час подій, про які йдеться далі (2009 рік), за оцінками іноземних інституцій, мала всі шанси називатися демократичною країною. Саме у демократичній країні слова, сказані високопосадовцями, вільно розповсюджуються всіма можливими каналами трансляції інформації. Майже жодна інституція демократичних держав не несе відповідальності за ті наслідки, які тягне за собою безконтрольне поширення «вибухової» для стану суспільства інформації. Наслідки можуть бути найнегативніші. Суспільство може переструктуруватися у своїх переконаннях і вірі в політиків, у силу армії, дієздатність президента тощо. Іншими словами, суспільство може інмутовати або змінити моделі поведінки на гірше. Формою інмутації суспільства може бути сугестія (навіювання). Зважаючи на це, дослідник визначив об'єктом свого дослідження процеси інмутації суспільства, методом – сугестивне інмутовання суспільства.

Вивчаючи сугестивне інмутовання суспільства через мас-медіа, дослідник висунув експериментальну гіпотезу про те, що однією з ефективних форм інмутації (зміни на гірше моделей поведінки) суспільства є сугестія (навіювання) в мас-медіа.

Настановна, негативна роль щоденного інформаційного новинного дискурсу фіксується у формуванні стабільного навіювального (сугестивного) ефекту. Яскравим прикладом дії навіювального ефекту негативного характеру слід вважати інформаційну істерію осені зими 2009 року в українських мас-медіа, яку назвали «епідемія свинячого грипу». Саме через навіювання з боку мас-медіа України в країні відбулося масове глобальне сугестивне інмутовання суспільства.

За результатами проведеного дослідження, науковець з'ясував, що висунуте передбачення повністю підтвердилося. Дійсно, суспільство після тривожних повідомлень в мас-медіа почало боятися виходити на вулиці, нібито зараженими вірусом грипу. У суспільному транспорті кожний восьмий носив марлеву маску або щільно прикривав ніс і рот хустинкою, светром, шапкою тощо. Суспільство реально переструктурувалося у своєму ставленні до членів уряду, сусідів, мас-медіа, самих себе. Керівники держави (члени уряду) змушені були зосередити увагу на «боротьбі» з епідемією, що відірвало їх адміністративний ресурс від вирішення нагальних проблем у державі. У зв'язку з епідемією і сугестивними наслідками від повідомлень про неї, як наслідок істерії під назвою «свинячий грип» були «знайдені» фінансові резерви, які могли б піти на вирішення реальних проблем у державі.

Оскільки висунуте дослідником припущення доведене повністю, оскільки ступінь правомірності висновків щодо даного експерименту про експериментальну гіпотезу високий, слід вважати, що ступінь внутрішньої валідності є також досить високий. Висновок про високий ступінь внутрішньої валідності ґрунтується також і на тому, що при порівнянні отриманих висновків за результатами даного експерименту з тими висновками, які дослідник міг би отримати в результаті ідеального і безкінечного експериментів, з'ясувалося б, що висновки є близькими. Варто зазначити, що ані ідеальний, ані безкінечний експерименти не є реальними, оскільки в обох зміни залежної і незалежної змінних відбувалися б в тих самих умовах, а всі інші побічні фактори залишалися б незмінними. Таких умов не може бути в реальності. Отже, якщо ті висновки, які дослідник очікував отримати після проведення експерименту, були отримані, слід визнати, що висновки мають високий ступінь внутрішньої валідності.

*Зовнішньою валідністю* Р. Готтсданкер пропонує називати ступінь правомірності цього висновку про експериментальну гіпотезу порівняно з тим висновком, який ґрунтується на результатах експерименту з повною відповідністю незалежної, залежної та рівнями всіх додаткових змінних». Треба звернутися до попереднього дослідження про погіршення моделей поведінки суспільства у зв'язку з навіюванням, яке відбулося завдяки повідомленням у мас-медіа про



свинячий грип в Україні восени-взимку 2009 року. Ступінь зовнішньої валідності буде високий, коли:

– по-перше, дослідник зафіксує високий ступінь внутрішньої валідності (у наведеному прикладі експерименту з вивчення інмутації сугестії повідомлення в мас-медіа про свинячий грип зафіксовано високий ступінь внутрішньої валідності);

– по-друге, результати цього експерименту дослідник порівняє з тими, які би він отримав у експерименті повної відповідності, у якому рівні необхідних додаткових змінних, що вивчається, збігалися б із рівнями цих змінних у реальності (результати обговорюваного експерименту доводять, що додаткові змінні, наприклад, повідомлення в мас-медіа були б пов'язані не з прізвищем політика Ю. Тимошенко, а з іменем політика В. Литвина чи іменем політика А. Мартинюка, не змінили б результати впливу залежної змінної – смислу повідомлення про негативний вплив свинячого грипу на поведінку українського суспільства).

Тільки при виконанні двох умов ступінь фіксації зовнішньої валідності був би високим. Отже, якщо дві умови виконано, зовнішня валідність фіксується у наведеному прикладі.

У висновку слід зазначити, що приклад експерименту про негативний вплив повідомлення мас-медіа про свинячий грип в Україні восени-взимку 2009 року підтвердив те, що фіксується високий рівень внутрішньої валідності висновків та зовнішня валідність як така.

Мисленнєві експерименти називають бездоганними. Зразками мисленнєвих експериментів, у яких можна досягти високого ступеня внутрішньої валідності, є чотири види.

1. Ідеальний експеримент – при якому змінюється тільки незалежна змінна, а всі інші фактори залишаються незмінними; таким чином досліджуються тільки відносини між незалежними та залежними змінними.

2. Чистий експеримент – різновид ідеального експерименту, під час проведення якого експериментатор оперує одиначною незалежною змінною і її повністю очищеними умовами.

3. Безкінечний експеримент – експеримент, який продовжується без кінця, або експеримент, що має безкінечну кількість спроб, досліджуваних та таке інше. Такий експеримент дозволяє зробити середніми результати тих змін, яких не можна запобігти, змін, зу-

мовлених впливом сторонніх факторів, які можуть вплинути на залежну змінну.

4. Експеримент повної відповідності – експеримент, при якому залучаються такі рівні необхідних додаткових змінних, які збігаються з рівнями цих змінних у реальності, яку вивчають.

Д. Кемпбелл пропонує іншу класифікацію експериментів. На його думку, слід розрізняти:

- 1) експеримент;
- 2) квазіексперимент.

*Експериментом* дослідник називає ту частину дослідження, яка полягає в тому, що дослідник здійснює маніпулювання змінними і спостерігає ефекти, що виникають як результат такого впливу на інші змінні. *Квазіекспериментом*, на думку Д. Кемпбелла, слід вважати несправжній експеримент, або експеримент, у якому планування ходу дослідження здійснюється із розрахунку на те, що якісь досліджувані будуть брати участь в експерименті, і невідомими є терміни проведення експериментатором експерименту.

Окрім згаданого розгалуження, серед видів експериментів Д. Кемпбелл пропонує виділяти ще й такі:

- природний експеримент;
- лабораторний;
- польовий;
- істинний;
- квазіексперимент;
- експеримент «як засіб перевірки каузальних гіпотез»;
- багатовимірний експеримент;
- недосконалий експеримент;
- рекурентний;
- ротаційний;
- експеримент *ex post facto* (дослівний переклад означає «від часу після факту», або «після після факту»);
- замаскований експеримент.

## Список використаних і рекомендованих джерел

1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник / Г. М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2003. – С. 61.

2. Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента : учеб. пособ. / Р. Готтсданкер ; [пер. с англ.]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – С. 11.

3. Эксперимент // Словарь иностранных слов. – 19-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 588.

4. Эксперимент // Большая психологическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – С. 511.

5. Кэмпбелл Д. Модели экспериментов в социальной психологии и прикладных исследованиях / Д. Кэмпбелл ; [сост. и общ. ред. М.И. Бобневой; вступ. ст. Г. М. Андреевой; пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1980. – С. 84.

6. Экстраполяция, экстраполирование // Словарь иностранных слов. – 19-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1990. – С. 590.

### **Питання для самоперевірки**

1. За допомогою яких органів чуття людини здійснюється спостереження?

2. Чому спостереженням називається реєстрація (запис) обставин і фактів (поведінки)?

3. Які п'ять видів спостереження вам відомі?

4. Чим відрізняються польове і лабораторне спостереження?

5. Яке спостереження більше впорядковане: структуроване чи неструктуроване? Чому?

6. У чому полягає сутність структури спостереження?

7. Яку роль відіграє у спостереженні гіпотеза дослідження?

8. Які об'єктивні недоліки є у спостереження?

9. Які параметри є обов'язковими для заповнення протоколу спостереження?

10. Що називають описом?

11. Які переваги є в опису, яке здійснюється завдяки знакам?

12. З якою метою здійснюється опис завдяки схемам?

13. Для чого потрібний опис результатів дослідження завдяки фотографіям?

14. Що ілюструють графіки в описі результатів дослідження?

15. Яку інформацію несуть в собі кольори діаграми як виду опису результатів дослідження?

16. У якому порядку «читаються» таблиці як вид опису?
17. Що символізує використання формул у дослідженні, здійсненому завдяки опису?
18. Чому опис варто представити у синкретичному вигляді, або як єдність слова, знаку, схеми, рисунка, цифрових показників, формул і таблиць?
19. Що називають методом датчика випадкових чисел?
20. Чи доречний дистрибутивно-статистичний аналіз у дослідженні соціальних комунікацій?
21. З якою метою під час статистичних операцій використовується показник коефіцієнта?
22. Яку функцію виконує показник «середні дані» у підрахунках результатів експерименту?
23. Чи використовуються для аналізу впливу мас-медіа на аудиторію психолінгвістичні одиниці вимірювання (наприклад, операція, маркування у словах емоційного стану реципієнта, фонетичні малюнки інтонації тощо)?
24. Який аналіз є показовим: якісний чи кількісний? Чому?
25. Яку процедуру називають вимірюванням?
26. Як нині звучить латинською мовою українське слово «спроба», або «дослід»?
27. Що називають природним експериментом?
28. Для чого здійснюють експерименти, що дублюють реальний світ?
29. Що, за Р. Готтсданкером, називають «ступенем правомірності висновку про експериментальну гіпотезу, яку забезпечують результати даного експерименту у порівнянні з результатами експерименту, що є бездоганним у всіх трьох аспектах»?
30. Чи потрібно в експерименті дотримуватися зовнішньої валідності? Чому?

### Навчальні завдання

1. Доведіть думку про те, що структуроване спостереження більше впорядковане.
2. Розтлумачте сутність структури спостереження.
3. Проілюструйте важливість гіпотези для здійснення спостереження.

4. Назвіть обов'язкові параметри для заповнення протоколу спостереження.
5. Розтлумачте опис як вид фіксації результатів спостереження й експерименту.
6. Опишіть переваги опису, здійсненого завдяки знакам.
7. Доведіть думку про те, що опис завдяки схемам має місце в презентації результатів дослідження.
8. Порівняйте опис результатів дослідження завдяки фотографіям з описом, здійсненим завдяки топографічним картам. Зробіть висновки щодо доцільності кожного.
9. Подайте ілюстрацію графіків в описі результатів дослідження.
10. Спростуйте твердження про доцільність/недоцільність виконання діаграм у кольорі як виду опису результатів дослідження.
11. Поясніть роль формул у дослідженні, здійсненому завдяки опису.
12. Доведіть синкретичний характер єдності слова, знаку, схеми, рисунку, цифрових показників, формул і таблиць, що ілюструють результати дослідження.
13. Розтлумачте власне розуміння методу датчика випадкових чисел.
14. Доведіть доречність дистрибутивно-статистичного аналізу у дослідженні соціальних комунікацій.
15. Вкажіть мету використання показників коефіцієнта у статистичних розрахунках.
16. Розкажіть про функцію показника «середні дані» у підрахунках результатів експерименту.
17. Поясніть процедуру використання для аналізу впливу мас-медіа на аудиторію психолінгвістичних одиниць вимірювання.

### **Теми рефератів**

1. Роль спостереження у дослідженнях процесів соціальних комунікацій.
2. Практична функція експерименту як декларація емпіричного характеру досліджень із соціальних комунікацій.
3. Доцільність застосування коефіцієнта довіри та норми вибірки при вивченні процесів соціальних комунікацій.

4. Види опису як види вербальної презентації результатів дослідження соціальних комунікацій.
5. Специфіка вимірювання під час вивчення процесів, які вивчають науки про соціальне.

### **Перелік тем для магістерських робіт із соціальних комунікацій**

1. Особливості верифікації даних в експериментах із соціальними комунікаціями.
2. Лонгітюдне спостереження за політичними виборами: специфіка, види, ефективність вимірювання.
3. Вимірювання процесів соціальних комунікацій завдяки психолінгвістичним одиницям.
4. Фальсифікація результатів експериментів як метод доведення істини (за положеннями теорії К. Поппера).



Навчальне видання

Холод Олександр Михайлович

# МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Посібник

Комп'ютерний набір – *Олександр Холод*  
Редагування – *Анна Весній*  
Коректура – *Володимир Мельник*  
Комп'ютерна верстка – *Світлана Костенко*

Підп. до друку 12.08.2014

Формат 60×84/16.

Друк на ризографі. Умовн. друк. арк. 16,3.

Наклад 300 примірників.

**«Видавництво «ПАІС»**

Реєстраційне свідоцтво ДК № 3173 від 23 квітня 2008 року

вул. Гребінки, 5, оф. 1, м. Львів, 79007

Тел.: (032) 225-60-14, (032) 261-24-15

e-mail: pais@mail.lviv.ua; <http://www.pais.com.ua>