

Міністерство освіти і науки України
Державний університет телекомунікацій

С О Ц І О Л О Г І Я

Київ 2019

УДК 316
ББК 60.561.3 (2 укр)
С 19

Рецензенти:

Романенко Ю. В. — доктор соціологічних наук, професор, професор, Національний університет імені Т. Г. Шевченка.
Слющинський Б. В. — доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри філософії та соціології, Маріупольський державний університет.

Авторський колектив:

Клименко О. Ю., доц., доктор соціологічних наук;
Ятченко В. Ф., проф., доктор філософських наук;
Горпинич О. В., доц., кандидат філософських наук;
Москаленко Л. М. доц., кандидат філософських наук;
Труш М. С. старший викладач.

С 19 Соціологія: навчальний посібник для студентів для студентів усіх спеціальностей денної форми навчання, що вивчають «Соціологію» / О. В. Горпинич, О. Ю. Клименко, Л. М. Москаленко, М. С. Труш, В. Ф. Ятченко — Київ : ДУТ, 2019. — 235 с.

Наведено теоретичний матеріал за темами курсу і практичні завдання, розкрито сутність основних галузевих політичних теорій, висвітлено механізми соціальної взаємодії, актуальні проблеми розвитку українського суспільства.

Призначений для студентів усіх спеціальностей денної форми навчання, що вивчають «Соціологію».

Бібліогр. 155 назв.

УДК 316
.ББК 60.561.3 (2 укр)

© О. В. Горпинич, О. Ю. Клименко, Л. М. Москаленко,
М. С. Труш, В. Ф. Ятченко, 2019
© ДУТ, 2019

З І І С Т

Передмова авторів	5
Тема 1. Соціологія як наука та навчальна дисципліна	7
1.1. Об'єкт і предмет соціології	8
1.2. Функції, закони та категорії соціологічної науки	15
1.3. Соціологія в системі суспільних дисциплін	20
Тема 2. Соціологічний аналіз суспільства як системи	26
2.1. Теоретико-методологічні підходи до вивчення суспільства в соціології.	26
2.2. Ключові парадигми розвитку суспільства – формаційний, цивілізаційний, культурологічний, технологічний підходи.	35
2.3. Проблема типологізації суспільства.	44
Тема 3. Соціальні інститути	56
3.1. Поняття соціального інституту	56
3.2. Типологія соціальних інститутів	69
3.3. Функції соціальних інститутів	76
Тема 4. Соціальна структура та соціальна стратифікація	87
4.1. Системний підхід до суспільства	87
4.2. Ключові теорії соціальної структури та соціальної стратифікації	97
4.3. Соціальна мобільність	105
Тема 5. Особистість в системі соціологічного знання	111
5.1. Поняття особистості в соціологічній науці	111
5.2. Потреби, інтереси й ціннісні орієнтації особистості	114
5.3. Соціологічні теорії особистості.	121
5.4. Девіантна поведінка особистості.	126
Тема 6. Особистість в системі соціальних явищ, зв'язків і процесів	132
6.1. Поняття та структура особистості. Особливості соціологічного аналізу особистості.	132
6.2. Процес соціалізації особистості: сутність, агенти, етапи	147
6.3. Типології особистості, поняття соціального типу і	

СОЦІОЛОГІЯ

соціального характеру особистості.	155
Тема 7. Соціологія масових комунікацій та медіапланування	164
7.1. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій	164
7.2. Виникнення масових комунікацій в суспільстві: функціональний підхід	166
7.3. Функції масової комунікації	179
7.4. Медіапланування як інструмент організації роботи ЗМК	181
Тема 8. Соціологія молоді.	204
8.1. Соціологія молоді як галузь соціологічного знання	204
8.2. Ціннісні орієнтації української молоді	210
8.3. Економічна активність молоді	213
8.4. Державна молодіжна політика	216
Список використаних та рекомендованих джерел	226

П Е Р Е Д М О В А

Ось що написав про наші часи один із найвизначніших соціологів ХХ – перших декад ХХІ століття Зигмунт Бауман у своєму творі «Ретротопія»: «Ми опинились в епосі розривів і суперечностей, в епосі, в якій все чи майже все може трапитись, але нічого чи майже нічого неможливо здійснити з упевненістю в тому, що побачиш, чим здійснене завершилось; в епосі, коли причини йдуть услід за своїми наслідками, а наслідки в причинах прослідковуються слабко, і що далі, то гірше; в епосі, коли все, що пройшло сумлінну перевірку, наростаючими темпами марнотратить (або виснажує) свою корисність, а пошук заміни рідко долає стадію ескізу...».

Можна, звичайно, спостерегти певний надлишок песимізму в розмислах цього видатного вченого, проте мусимо погодитись, що важливі тенденції й проблеми сьогодення окреслені ним досить точно.

Тож теми, розкриті в цьому підручнику і до засвоєння яких ми вас запрошуємо, продиктовані самим життям. Ми є свідками масштабних суспільних перетворень, докорінних і часто неочікуваних змін у стосунках між державами, між народами, між різними соціальними групами й особистостями всередині держав. З одного боку фіксуємо факт: вражаючі успіхи електроніки, генної інженерії, техніки й технологій прискорили оволодіння людством силами природи, послабили його залежність від катастроф масового голоду, епідемій, цілого ряду раніше невиліковних хвороб. Та водночас в наше життя вриваються нові цивілізаційні виклики: різко зростає ризик глобальних техногенних катастроф; розпадаються звичні зв'язки між людьми; розширюється географія й спектр найрізноманітніших суспільних конфліктів; інформаційні технології уможливають нові, все витонченіші види насилля держави над особистістю, одних груп людей над іншими й одночасно викликають до життя нові форми масового протесту проти цього насилля. Все це породжує глибокі й нерідко деструктивні зрушення в духовному житті сучасної людини.

СОЦІОЛОГІЯ

Світова спільнота, попри зневірницькі настрої частини вчених, все-таки мусить бути підготовленою до деструктивних сценаріїв суспільного розвитку. А така готовність чи неготовність величезною мірою зумовлені станом нашої компетентності в галузі суспільних явищ і процесів. Тож стає зрозумілим, що без глибокого й неупередженого знання причин, виявів і наслідків дії цих викликів годі й думати про оволодіння й управління ними.

Свій вклад в озброєність людиною такого знання вносить і наука, до вивчення якої ви наразі приступаєте – соціологія. Свої зусилля вона спрямовує на виявлення, сприйняття й оцінку різними групами людей проблем, що постають перед ними, розуміння й систематизацію суспільних подій і процесів. І щонайперш соціологів хвилює, як розплачуються люди в стосунках між собою, в своїх традиціях, ціннісних орієнтаціях і самооцінках за ті доглибні трансформації, в які вони виявляються втягненими суспільним прогресом? Як слід діяти, аби уберегти найцінніші надбання внутрішнього світу людей різної етнічної й цивілізаційної належності від руйнівних впливів потужних суспільних явищ світового масштабу (наприклад, глобалізації), зміцнивши їх позитивний вплив? Як відбиваються на стосунках всередині сім'ї, сільської громади, між жителями села й міста ті глибинні перетворення в аграрній галузі українського суспільства, які відбулись на зламі ХХ – ХХІ століть? Або, скажімо, яких змін зазнав мистецький світ і моральні настанови широких верств населення внаслідок проникнення ринкових відносин у сферу духовних стосунків, які грані людських характерів вийшли на перший план під впливом цього проникнення?

З цими та ще з багатьма іншими важливими і цікавими питаннями й роздумами Ви ознайомитесь в ході вивчення цього підручника. Мета, яку поставили перед собою його автори, полягає не тільки в ознайомленні вас як студентів із соціологічними закономірностями та нагальними проблемами суспільного життя, але й в прагненні допомогти вам у пошуку відповідей на непрості питання про суть явищ, які відбуваються навколо. Це роздуми для вас і про вас.

Т Е М А 1.**СОЦІОЛОГІЯ ЯК НАУКА ТА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА**

- 1.1. Об'єкт і предмет соціології.
- 1.2. Функції, закони та категорії соціологічної науки.
- 1.3. Соціологія в системі суспільних дисциплін.

Як вже йшлося в «Передмові авторів», готовність чи неготовність людей до відповідей на важливі й тривожні виклики сучасності залежить від глибини наших знань про ті суспільні явища, які відбуваються нині або в більше чи менше віддаленому минулому. І, починаючи ще з часів давніх цивілізацій, найвидатніші мислителі різних народів напружено прагнули промислити приховану суть успіхів і трагедій людської історії. Вдосконалювались шляхи проникнення в основу суспільних процесів, створювались все нові й нові галузі знання.

В першій третині ХІХ століття до інтелектуального арсеналу епохи увійшла нова галузь знань – соціологія. Майже два століття, які сплинули з того часу, багаторазово змінювали мотиви людських дій, рушійні сили й образ суспільства, характер людських стосунків і уявлень. Належних модифікацій зазнавали й науки про суспільство, змінювалась в їх числі й соціологія. Змінювалась, але не переставала бути корисною й затребуваною. І якщо у відносно недавній історії нашого народу був період, коли ця наука була фактично забороненою, то це вкрай негативно відбилось не лише на розвиткові наукової, але й політичної, економічної, а особливо духовної сфер суспільства, духовного світу людини.

Сьогодні в епоху глобальних перетворень, політичних, територіальних та релігійних конфліктів як ніколи на часі знання саме про *людський вимір* суспільних процесів, *про призначення людини і сенс її життя*. У шерезі цих знань достойне місце посідає й соціологія. Нині соціологічні знання проникають у суспільство різними шляхами. По-перше, зростає кількість людей, які застосовують свою соціологічну підготовку в урядових установах, на великих підприємствах, в політичних чи громадських організаціях. Отримана від соціологів інформація може послужити основою для вироблення управлінських рішень, хоч всім зрозуміло,

СОЦІОЛОГІЯ

що ця інформація буде затребуваною і використаною тільки тоді, коли теоретично й психологічно до цього будуть готові самі керівники. Але сам факт такого використання є надзвичайно позитивним явищем, бо він означає зворотний зв'язок між широкими масами і владними структурами суспільства.

По-друге, технічні та методичні засоби, розроблені соціологами, беруть на озброєння фахівці в галузі менеджменту, маркетингу, засобів масової інформації. Яскравий приклад – опитування в сфері громадської думки. Діяльність соціологів надає багату інформацію, яка допомагає розробляти соціальну політику. Нарешті, соціологічне дослідження може допомогти у визначенні результативності заходів соціальної політики після її реалізації.

Отже розпочнімо наше знайомство з цією цікавою ділянкою наукового знання і, що найперш, довідаємось, що ж і як конкретно вивчає соціологія. Традиційно це звучить так: який об'єкт і предмет соціології?

1.1. Об'єкт і предмет соціології

Як вже неодноразово говорилося вище, протягом усього часу свого існування соціологія зосереджується на вивченні суспільних процесів, про що однозначно свідчить і сама її назва, адже термін «соціологія» походить від латинського слова «societas», що означає «суспільство», і грецького «logos» – «слово». Дослівно, отже, наука про суспільство. Це і є найзагальніше розуміння змісту цієї галузі знання. А якщо згадати з курсу філософії, що сегмент дійсності, на пізнання якого спрямовані зусилля науки, називається *об'єктом науки*, то можна стверджувати: **об'єктом соціології виступає суспільство, суспільні процеси.**

Насамперед відзначимо, що в історії соціологічної думки категорія суспільства як об'єкта соціології наповнювалась різним змістом. В першій половині та в середині XIX століття аж до передвоєнних часів століття XX фактично йшлося про одне чи кілька європейських суспільств. Відтоді й до першого десятиліття нинішнього століття під суспільством розуміють загальнолюдську спільноту. Сьогодні ж серед соціологів все більшої ваги набуває

думка, що соціологія мусить вивчати суспільство як фрагментоване, поділене всередині себе численними вододілами світоглядного, політичного, геополітичного, релігійного і т. ін. характеру утворення. Тим більше, що сьогодні в світі розігруються сценарії потужних дезінтеграційних процесів – боротьба етносів за своє національне самовизначення (курди, шотландці, каталонці, баски), а в Європейському Союзі не припиняються дискусії щодо майбутнього цієї організації.

Тож об'єкт соціології – це динамічна, рухома теоретична конструкція.

По-друге, ми мусимо завважити, що суспільство виступає об'єктом далеко не тільки для соціології, а є спільним для цілого ряду наук. Так само як, до прикладу, тваринний світ є спільним об'єктом вивчення таких різних наук як зоологія й ветеринарна медицина, світ флори – для ботаніки й лісівництва, а світ інформаційних, цифрових технологій вивчає ціла низка спеціальних наук. Тому нічого дивного в тім, що суспільство як об'єкт соціології є одночасно й об'єктом дуже багатьох інших наук (історії, етики, економічних і правових наук, етнографії та ін.), немає. Та й зрештою, цілком очевидно, що, визначаючи соціологію тільки за допомогою фіксації її об'єкта, ми виявимося нездатними зрозуміти, а чим же соціологія відрізняється від інших суспільних наук і чим вона займається.

Отже, думка мусить рухатись далі і визначати **предмет соціології**, тобто виявити специфічні риси бачення соціологією суспільства.

То як же розглядає свій об'єкт соціологія? Вона вивчає не суспільство як таке, не як систему історично визначених форм суспільних відносин, не з боку принципів його утворення й сутності. Це – предмет філософського аналізу суспільства. Соціологія ж розглядає суспільство крізь призму співвіднесення в ньому суспільного, групового й особистісного. Іншими словами, вона вивчає суспільні явища (революції, реформи, релігійні рухи, культурні перетворення та інше) з боку уявлень, прагнень, уподобань, відносин і стосунків людей, що втягнені в ці процеси. Її увага спрямована що найперш на індивідів, на мотиви та акти їхньої поведінки і на той зміст, який вони вкладають у взаємодію,

СОЦІОЛОГІЯ

тобто на все те, що через їх відносини й стосунки своєю чергою створює і змінює суспільство.

Але ж люди діють в суспільстві не ізольовано, а через певні суспільні утворення. Ці утворення можна назвати соціальними групами, що включають сім'ю, трудові колективи, вуличні компанії, політичні партії, релігійні об'єднання, поселенські структури і ще багато інших структур. Ми вибудовуємо свій життєвий світ не тільки через предмети праці, через техніку чи технології або через теоретичне засвоєння дійсності. Головним чином ця вибудова відбувається через взаємостосунки учасників суспільних процесів (особистостей, колективів, націй, держав тощо).

І ось оцей світ повсякденних взаємозв'язків людей – чи то життєво важливих для людини чи, навпаки, випадкових – творить класи, нації, малі колективи. А разом з цим – і норми поведінки, цінності й смисли спілкування, врешті сенс людського життя. Соціолог вивчає явища життя як продукти і форми таких взаємодій людей. Він аналізує не тільки **результати**, а й **форми** цієї взаємодії (конфлікти, компроміси, поєднання зусиль, запозичення, претензії і т. ін.), а також намагається передбачити можливі позитивні й негативні **наслідки** цих взаємозв'язків і взаємодій – взаємодій людей, які мають певні звички, настрої, уподобання, традиції. Важливо також співставити *наміри* людей, з якими вони приступали до якихось дій, і фактичні *наслідки* – найближчі й віддалені – цих дій. До того ж соціологія прагне не просто з'ясувати позиції, оцінки людей, моделі їх поведінки в певних ситуаціях. Вона намагається зробити це максимально об'єктивно, за допомогою наукових, частково нею ж розроблених методів.

Далі про ще одну істотну рису предмета соціології. Вона вивчає не якусь одну сферу суспільства (економічну, політичну, духовну), а розглядає явище, життєвий факт у єдності його економічних, політичних та духовних аспектів. Взавши, приміром, для вивчення феномен сім'ї як клітинки суспільного організму, соціологія розглядає її в складному синтезі дії економічних, релігійних, національних, моральних, історичних факторів. Наприклад, аналізуючи ситуацію зменшення в суспільстві питомої

ваги багатодітних сімей, соціолог не зупиниться на фіксації економічного підґрунтя цього явища і не обмежиться знанням соціально-духовних причин (як от ступеня зайнятості на роботі жінки й зростання її прагнення до самоствердження в суспільстві). Соціолог розгляне, як переломлюються, видозмінюються у свідомості людей традиційні уявлення про сім'ю крізь призму сучасних політичних, моральних цінностей, як все це співвідноситься з економічними можливостями сім'ї і врешті-решт як це виявиться в суб'єктивних оцінках членами сім'ї доцільності чи недоцільності мати багато дітей.

Отже, предметом соціології є суспільні явища, соціальні позиції, соціальна поведінка людей, розглянуті з боку їх співвіднесеності з взаємовідносинами, цінностями цих людей і як особистостей, і як членів соціальних груп та інститутів.

Слід також відзначити, що соціологія постійно виходить, проривається за межі свого окресленого предмета. Сучасна українська соціологія Наталія Черниш загострує увагу на тій обставині, що соціологія постглобалізаційної епохи починає інтенсивно вивчати зміст і форми міжособистісних стосунків в сфері штучно створеної реальності (Інтернет), в обширі ІТ й цифрових технологій тощо. Сучасна соціологія включає в поле своїх досліджень вже не тільки проблеми людини в традиційному розумінні цього терміну, але й теоретичні розробки, які можуть стати життєвими реаліями в недалекому майбутньому – проблеми постгуманізму, трансгуманізму тощо.

Звернімо особливу увагу на поняття «цінності» як показники ставлення, оцінювання людьми самих себе й оточуючого світу. Про них детально йтиметься в наступних темах цього підручника. А наразі важливо запам'ятати, що внутрішній світ людей і зокрема ціннісні настанови відіграють надзвичайно важливу роль в їх житті і в суспільних явищах.

Як бачимо, предмет соціології також носить мобільний характер, розширює свої межі, виходячи на нові й нові орбіти суспільного життя.

СОЦІОЛОГІЯ

Сучасні соціологи, як зазначає американський соціолог Н. Смелзер, використовують п'ять основних **підходів** для спостереження та пояснення різних груп фактів.

Перший – демографічний підхід – досліджує, зокрема, моделі народжуваності, смертності, міграції та пов'язану з цим діяльність людей.

Другий – психологічний, який пояснює поведінку кожної людини в площині її особистісної самооцінки, тобто, виявлення помислів, звичок, намірів та уявлень людини про саму себе. Цей підхід, як правило, використовують у психології, але він має широке застосування і в соціології. Вчені тут досліджують широке коло питань, включаючи і такі, як формування соціальних установок, взаємодію суспільства та особистості або виникнення та поширення настроїв у випадках паніки чи масових безпорядків.

Третій підхід можна назвати групоутворюючим. Він з'являється, коли ми вивчаємо двох або більше людей, які становлять групу або організацію. Соціологи, вивчаючи первинні групи, такі як, наприклад, сім'я, розглядають їх як певним чином об'єднану сукупність індивідів. (Про це ми докладніше будемо вести мову в розділі про соціальну структуру суспільства). Крім того, групоутворюючий підхід є основним у вивченні колективної поведінки, наприклад, дії натовпу або реакції аудиторії.

Четвертий підхід – «рольовий». Він застосовується тоді, коли суспільне життя змальовується не через конкретних людей, а через специфіку їхніх взаємовідносин, зумовлених їхніми соціальними ролями. Про соціальні ролі теж буде мова пізніше.

П'ятий – культурологічний – фактор використовується тоді, коли соціолог аналізує поведінку людей крізь призму існуючих в суспільстві норм і правил цієї поведінки, крізь призму пануючих в даному суспільстві цінностей. При цьому правила поведінки розглядаються як своєрідні регулятори вчинків особистості або й цілої групи людей.

Існування п'яти підходів досліджень у сучасній соціології свідчить про всебічний характер соціології як науки.

Соціологія поділяється на **теоретичну** та **практичну** (деякі автори ще називають її **прикладною**).

Теоретична (її ще інколи називають загальною) соціологія охоплює різноманітні теорії, що стосуються загальних проблем суспільного розвитку. Іншими словами, теоретична соціологія охоплює на загальнотеоретичному рівні абстрагування причинні зв'язки у розвитку соціальних явищ, описує соціальні взаємозв'язки в загальному вигляді. Слід наголосити, що є багато теорій розвитку суспільства, тому теоретична соціологія – це велика кількість всіляких течій, шкіл, напрямів, які по-своєму, із своїх методологічних позицій пояснюють специфіку розвитку суспільства. Якщо, скажімо, візьмемо марксистський підхід, то він є одним з таких напрямів, який бере за основу пріоритет економічних факторів у розвитку суспільства.

Але цим загальнотеоретичним рівнем далеко не вичерпується сфера дії теоретичної соціології. Існує ще один рівень її функціонування. Це – спеціальні соціологічні теорії або як ще їх можна назвати – **соціологічні теорії середнього рівня**.

Про що тут йдеться? Не треба бути фахівцем з соціології чи з психології, аби знати, що стосунки, скажімо, між співробітниками банку і їх клієнтами зовсім не схожі на стосунки між членами невеликої релігійної громади. Тож і вивчати їх слід по-різному, через різні поняття, застосовувати різну методику. Ось це й лежить в підмурівку різних соціологічних теорій середнього рівня. Спеціальні соціологічні теорії – це окремі галузі соціологічного знання, які вивчають відносно самостійні, специфічні підсистеми суспільного цілого і соціальних процесів (праця, село, сім'я, освіта, релігія, соціальні спільноти, групи тощо). Тому в соціологічну науку входять соціологія культури, соціологія сім'ї, соціологія молоді, соціологія праці, соціологія творчості, соціологія реклами і ще багато інших соціологічних теорій середнього рівня.

Практична ж соціологія охоплює прикладну частину соціологічної науки. На відміну від теоретичної (загальної) соціології, яка досліджує закони розвитку соціальних спільностей, соціальних відносин, взаємодій у масштабах всього суспільства, завданням прикладної соціології є вивчення шляхів і засобів участі соціології в практичному розв'язанні суспільних проблем. Це й участь в аналізі явищ суспільного життя, в соціологічній експертизі, у відстоюванні з позицій істини, соціальної

СОЦІОЛОГІЯ

справедливості, прогресу інтересів слабкіших, пригноблених прошарків і груп населення. Соціологія в сучасному світі мусить відігравати роль не тільки науки, але й активної моральної та політичної сили.

До сфери практичної соціології належить розробка основ та здійснення **соціологічних опитувань**, завдання яких полягає у вивченні настроїв, прагнень, потреб різних груп населення, їх ставлення до тих чи інших подій суспільного життя шляхом здійснення конкретних соціологічних досліджень.

Прикладна соціологія оперує категоріями, які у загальному та концентрованому вигляді відображають окремі структури соціальної дійсності, застосовує різні методи соціологічного дослідження (опитування, спостереження, аналіз документів тощо). Їй притаманна єдність конкретних соціологічних досліджень і спеціальних соціологічних теорій. У цьому виявляється **єдність емпіричного та теоретичного**, яка складає фундамент абсолютної більшості сучасних наук.

З іншого боку поділ соціологічного знання на теоретичне та практичне досить умовний, бо будь-яке серйозне соціологічне дослідження поєднує як наукові, так і практичні завдання. У точному значенні слід говорити лише про переважну орієнтацію на той або інший аспект знання: теоретичний чи практичний, що і дає підставу для його віднесення до сфери теоретичної або практичної соціології.

Говорячи про тісні зв'язки соціології з іншими науками, можна підкреслити, що в соціології використовуються як загальнонаукові методи досліджень (математичні, статистичні), так і конкретнонаукові, суто соціологічні (анкетування, інтерв'ю, спостереження, соціограма тощо). Але докладніше про це ми скажемо в підрозділі 1.3.

Специфіку соціологічного (як і будь-якого іншого наукового) знання неможливо зрозуміти, якщо оминати питання про її *функції, закони та категорії*. Це тим більш важливо знати тому, що, як вже було сказано, сучасна соціологія не тільки пояснює, відображає, аналізує суспільні перетворення. Вона все активніше і вагомніше втручається в ці перетворення, бере участь в зміні їх напрямку, мети, прискорює або пригальмовує

їх. Іншими словами кажучи на зміну законам і теоріям, котрі всегранно конструювали образ лінійного поступу людства (тобто розвитку від первинних форм суспільства до сучасних високорозвинених соціальних утворень), все поширенішими стають мало популярні раніше галузі соціологічного знання, які обґрунтовують і полегшують прямий вплив подій на оточуюче життя. Від загальної теорії соціології (як колись це було з філософією) відмежовуються нові, здебільшого прикладні галузі соціологічного знання. Ось, наприклад, поряд із загальною теорією соціології все частіше в рамках соціологічної науки стверджує себе маркетинг в численних своїх прикладних видозмінах. Все більшу питому вагу в системі соціологічних досліджень посідають: соціологія масових комунікацій, соціальні і політичні технології. І спрямовані вони не на теоретичне відображення об'єкта, але й надають прямі рекомендації для зміни цього об'єкта в бажаному для замовника досліджень напрямку. Соціологічні дослідження все частіше обслуговують не інтереси держави чи класу, а приватні інтереси конкретних соціальних груп, організацій, навіть окремих індивідів.

Тому розкриття змісту *законів та функцій соціології* є необхідною умовою повнішого розуміння її об'єкта і предмета. Ознайомлення з цими питаннями дозволяє також і ширше розкрити своєрідність соціологічних знань у пізнавальній і перетворюючій діяльності людини.

1.2. Функції, закони та категорії соціологічної науки

Тож в чому полягають функції соціології?

Передовсім дамо визначення: що таке функція? В системі соціологічного знання. функція (від лат. function – виконання, здійснення). – термін для позначення тієї ролі, яку виконує соціологія стосовно суспільного організму. Іншими словами, через функції соціології ми дізнаємось про впливи, які здійснює ця наука на суспільні відносини, на людей як суб'єктів і носіїв цих відносин і стосунків.

Основні функції соціології: пізнавальна, ціннісна, прогностична, ідеологічна, гуманістична.

СОЦІОЛОГІЯ

Пізнавальна функція – це концентрація, пояснення, поповнювання та збагачування існуючого соціологічного знання, розробки законів і категорій цієї науки на основі дослідження соціальної дійсності. Завдяки цій функції ми маємо можливість, використовуючи отримані від соціології знання, змінювати, збагачувати наші уявлення про світ, про оточуючих нас людей і про самих себе.

Ціннісна функція соціології полягає в тому, що під впливом отриманих через вивчення соціології знань людина може змінити своє ставлення до якогось суспільного руху, до політичної партії, врешті-решт до себе як носія певних соціальних якостей. Це дуже важлива функція соціології, бо ми бачимо світ крізь призму цінностей, керуємось цінностями у сприйнятті одне одного і самих себе. Ми стаємо друзями, спільниками чи ворогами залежно від того, поділяємо ми якісь важливі цінності чи відкидаємо їх. Отже, вивчення цінностей, їх формування й зміна – це дуже важливе теоретичне й практичне завдання соціології. В цьому її важливість і потрібність.

Прогностична функція полягає у соціальному прогнозуванні. Соціологічні дослідження завершуються обґрунтуванням короткотермінового або довгострокового прогнозу досліджуваного об'єкта. Короткотерміновий прогноз спирається на виявлену тенденцію розвитку соціального явища, довгостроковий – на цю саму тенденцію, а також на зафіксовану закономірність і відкриття фактора, що вирішальним чином впливає на об'єкт, який прогнозується. Іншими словами, явище поміщується в якийсь ширший контекст і виявляє при цьому свою спорідненість з іншими явищами і процесами. Відкриття такого фактора – результат складних пошуків і зусиль науковців. Тому в соціологічній практиці частіше використовується короткотерміновий прогноз.

Ідеологічна функція впливає з того, що соціологія об'єктивно бере участь в ідеологічному житті суспільства. Вона спрямована, по-перше, на пізнання природно-історичного процесу та вироблення перспективних і близьких цілей розвитку суспільства (реалізація регулятивної ідеології); по-друге, на

наукову та ідеологічну дискусію з різних суспільних проблем; по-третє, на розповсюдження певної ідеології серед населення.

Винятково важливою постає сьогодні гуманістична функція соціології. Нові технологічні й технічні досягнення людства окрім безумовних вигод несуть в собі й серйозні загрози і для оточуючого середовища, і для духовного світу людини, зрештою навіть для людини як біологічного виду. Генна інженерія може не лише допомогти перебороти раніше невиліковні хвороби, продовжити життя людині, але, втручаючись в генну структуру людського організму, здатна змінити саму природу людини. Це таїть в собі непередбачувані соціальні наслідки, зокрема нові види суспільних нерівностей і суперечностей. Одне із завдань сучасної соціології – вчасно помітити ці загрози й інформувати про них суспільство.

Об'єкт і предмет соціології характеризує якісну особливість і суттєвість всієї системи знання цієї науки. Але відомо, що об'єкт і предмет будь-якої науки є різноманітними в межах своєї відповідності. Справді, соціальне явище в його конкретному стані має багато своїх граней і особливостей, воно має бути змінено свідомою і цілеспрямованою діяльністю людей, але воно й може змінюватись і спонтанно (під впливом не зовнішніх, а внутрішніх причин), безконтрольно з боку суб'єкта.

У зв'язку із сказаним важливо виділити те положення, що зміст об'єкта і предмета будь-якої науки, отримує розгорнуте і постійно зростаюче відображення в системі *категорій і законів* цієї науки. Вони утворюють теоретичну основу всього обсягу знань науки і в свою чергу є необхідним інструментом для пізнання, аналізу і оцінки конкретного об'єкта дослідження.

Варто пам'ятати й таке. Ядром будь-якої науки є її закони. Вони відображають і виражають внутрішню природу існування будь-якої реальності. Соціологія зосереджується на вивченні соціальних законів, тобто законів, які протікають в суспільстві. Соціальний закон – це об'єктивний, стійкий причинний зв'язок між соціальними явищами, процесами, сторонами соціального життя, що виникає, проявляється і реалізується завдяки масовій діяльності і через діяльність людей.

СОЦІОЛОГІЯ

Якщо поняття суспільних наук не відповідають дійсним явищам і процесам, то це невідхильно приводить до того, що наука перестає розуміти життя, подає його у викривленому вигляді. Найчастіше це буває тоді, коли нові явища сприймаються крізь призму застарілих уявлень і термінів.

Тому як і будь-яка наука соціологія потребує своїх точно визначених і сумлінно вивірених законів та категорій. Зупинимось докладніше на цьому питанні.

За загальною характеристикою соціологічні закони поділяються на загальні та специфічні. Загальні закони (наприклад, закон зростання ролі особистості в процесі суспільного розвитку, закон зростання матеріальних і духовних потреб людей, закон розподілу рольових функцій в сім'ї) діють в усіх суспільних системах, а специфічні закони (закон конкуренції в капіталістичному суспільстві, закон гомеостатичного (рівноважного) відтворення народонаселення в доіндустріальному суспільстві) обмежені однією або кількома суспільними системами.

Соціологічною наукою сформульовано такі типи соціологічних законів:

- закони, які характеризують незмінне співіснування соціальних явищ;
- закони розвитку, які характеризують перехід та зміни структури соціального об'єкта;
- закони, які характеризують функціональну залежність між соціальними явищами;
- закони, які фіксують причинний зв'язок між соціальними явищами з функціональної точки зору.

Категорії соціології, як і категорії інших наук, відображують передусім якість об'єктивної реальності, що була виділена практикою людей і стала об'єктом цієї науки. В такому розумінні можна сказати, що специфіка об'єкта і предмета тієї або іншої науки визначає і специфіку категорій даної науки. Питання про категорії є одним з корінних для будь-якої науки. У категоріях і поняттях концентруються вироблені суспільством знання. Їх розробленість, глибина відображеного в них змісту

об'єкта і предмета науки є досягнутим рівнем пізнання і ступенем організації знання про науку.

У категоріях соціології відображуються, з одного боку, якісна визначеність і цілісність об'єкта, що вивчається, з другого – істотні властивості, риси і характеристики, вузлові моменти, стан зрілості цього об'єкта, можливості для його розвитку і вдосконалення. У системі категорій і понять відображається цілісність, складність і багатогранність об'єкта науки, його стабільність, визначеність і рухомість.

До основних категорій соціології належать: суспільство, особистість, культура, бідність і добробут, соціальна справедливість і соціальні нерівності, соціальна захищеність і покинутість, конфлікти й солідарності, відповідальність, довіра, соціальна група та ін. Це знайомі читачеві з повсякденного вжитку поняття й категорії. І поруч з ними в ході вивчення соціології він познайомиться з новими, ще невідомими категоріями: аномія, соціальна дія, аттитюд, соціальна роль, соціальна структура, соціальна стратифікація і ще з багатьма іншими категоріями, які розкриють нові, ще не розпізнані до моменту вивчення соціології грані людського життя, людських взаємовідносин і стосунків: соціальна група, соціальний інститут, соціальна дія, соціалізація, соціальна структура, соціальна роль, соціальний статус, соціальна стратифікація, масова комунікація, соціальний статус, соціальна роль та багато інших.

Велике місце в системі категорій соціології займають категорії, що відображують специфіку і обробки соціальної інформації і, передовсім, організації і проведення соціологічних досліджень. Тут центральне місце посідає категорія «соціологічні дослідження» і відповідно ряд понять, які розвивають зміст цієї категорії.

Необхідно вказати також на важливе місце і значення таких категорій, як «соціальна інженерія», «соціальне проектування», «соціальна технологія», «соціальний винахід» тощо. Ця група категорій розкриває специфічний характер застосування знання соціології в різноманітних суспільних практиках, спрямованих на вдосконалення соціальних відносин, збагачення соціального й духовного досвіду суб'єктів соціуму.

1.3. Соціологія в системі суспільних дисциплін

Не стала винятком тут і соціологія. Суспільні процеси є комплексними за самою своєю природою, все більша й більша частина досліджень в сучасній науці здійснюється на лініях контакту різних наук. Тож соціологія, якщо вона хоче правильно відображати складну соціальну дійсність, а тим більше – впливати на неї, мусить здійснювати свої дослідження в тісній взаємодії з іншими науками й суспільними практиками. Нині сфера взаємозв'язків соціології вийшла далеко за межі традиційного кола контактів з економікою, філософією, історією. Натепер вона охоплює медицину, політологію, біологію, літературознавство, засоби масової інформації... Нове соціальне знання, яке виникає на ґрунті цього синтезу, уможливає значно ширше й багатогранніше бачення суспільних проблем і шляхів їх розв'язання, взаємозбагачення самих цих наук.

Однак саме тут і виникає проблема якості такого взаємозв'язку, що вимагає глибокого розуміння характеру взаємопроникнення наук в процесі пізнавальної діяльності. Тому утвердження соціології як науки в сучасних історичних умовах багато в чому пов'язане з визначенням її місця в системі суспільних дисциплін, воно вимагає відповіді на питання: які спільні риси і які типові відмінності мусять бути в поглядах соціології та інших суспільних наук на одні й ті самі явища та проблеми? Пригляньмось до цього питання пильніше.

Соціологія має чимало рис, які є спільними з економічною наукою: і та й інша вивчають суб'єкти економічної діяльності. Але це вивчення спрямоване на різні її площини. Розгляньмо це на прикладі аналізу явища ринку й ринкових відносин кінця ХХ – початку ХХІ століть. Сьогодні наступ ринкових відносин на всі сфери людського життя є просто вражаючим. Товаром стають базові ресурси людського існування: вода, земля, системи життєзабезпечення ба навіть політичні й мистецькі переконання, електоральні (виборчі) симпатії. В глобальних масштабах свідомо впроваджується культ споживацького ставлення людини до світу й до самої себе. На зміну колоніалізму й соціалізму прийшла ліберальна демократія, яка, на думку сучасного американського

соціолога М. Буравого, руйнує саме людське співтовариство. Економісти вивчають економічні й фінансові механізми та структури цього процесу (корпорації, банки, симбіоз держав і ринків), моделі його закорінювання. Соціологія ж розглядає ці явища під оглядом цінностей, змін в соціальних відносинах та стосунках між людьми, якостей їх настроїв і сподівань, дійсних і можливих перемін в цих відносинах, з боку пошуків рецептів збереження надбань духовності в суспільстві й в окремих його групах. І тут соціологія виступає не стільки знаряддям пізнання людством самого себе, але головно захисником його самозбереження.

По-друге, соціологія не вивчає, скажімо, рух капіталів чи, наприклад, вплив заборони для мусульманина надавати грошову позику іншому мусульманинові під прибуток на розвиток фінансового капіталу в мусульманському світі. Соціолог, розглядаючи цей факт, зацікавився б, як ставляться різні групи людей (мусульмани й немусульмани, учасники фінансових оборудок і сторонні особи) до такої традиції; він би дослідив особливості міжособистісних і міжгрупових стосунків, що сформувались під впливом цих традицій. Соціологія не аналізує зміст і структуру самих виробничих процесів. Вона вивчає в економічній сфері ті моделі свідомості людей і ті типи їхньої поведінки, котрі виникають у результаті виробничої діяльності, у вигляді співдій щодо реалізації виробничих завдань.

Тепер кілька слів скажемо про відмінності між соціологічним та філософським підходами до аналізу об'єкта. Філософія вивчає об'єкт з боку його найширших, межових визначень і характеристик. Вона розглядає світ стосовно людини, її найглибших, найпитоміших прагнень і почувань. Тому результати філософського аналізу, шлях філософії до цих результатів репрезентовані абстрактними, максимально широкими за обсягом категоріями. Соціологія ж, як вже ми про це говорили, прагне емпірично обґрунтувати свої висновки. Вона черпає матеріал для свого аналізу великою мірою (хоч і не завжди) з конкретних фактів.

Ще одну відмінність між соціологією й філософією ми продемонструємо на прикладі їхнього аналізу релігії як

СОЦІОЛОГІЯ

суспільного явища. Філософія розглядає релігію з точки зору її місця в духовності людини. Вона з'ясовує, яку роль відіграє релігія в прагненні людини осягнути природу світу й себе, смисл свого життя, у розв'язанні одвічної проблеми життя і смерті. Соціологію натомість приваблює дослідження специфіки стосунків між людьми під впливом релігійних переконань, особливості міжособистісних стосунків всередині групи віруючих, а також стосунки між представниками різних віросповідань, між віруючими та невіруючими. Знову-таки свої висновки соціологія робить з конкретних досліджень і подає у вигляді емпірично вимірюваних показників.

Крім того, соціологічна наука тісно взаємопов'язана з політичними дисциплінами, зокрема, з політологією, незважаючи на ту обставину, що політологія – це цілком самостійна наука. Поєднання політології та соціології знаходить своє місце при аналізі проблем влади через критерії аналізу, узагальнення та прогнозу. Зокрема, соціологія вивчає аспекти функціонування через виявлення місця, ролі та позиції особистостей, соціальних груп чи просто великих угруповань людей у сфері політичних відносин.

Взаємозв'язок соціології та політології проявляється в закономірностях, які характеризують поєднання політичного життя суспільства з його соціальною системою. Крім цього, суспільство не можна охарактеризувати повною мірою без урахування впливу соціології на пізнання і діяльність політичних структур. Взаємодія політології та соціології об'єктивно сприяє існуванню такої політичної науки, як політична соціологія.

Треба зазначити, що соціологія широко застосовує у своїх дослідженнях досягнення кібернетики, математики, інформаційної теорії, ділових ігор, технічних дисциплін, з якими соціологічна наука вступає в певні взаємовідносини.

Взаємозв'язок соціології з правовими науками передусім проявляється при аналізі владних відносин, норм права, процесів формування правової культури, при врахуванні стану й тенденцій розвитку законності в державі.

Соціологія впливає на розвиток етики та естетики, здійснюючи кількісну та якісну оцінку ступеня розвитку норм,

цінностей, які регулюють відносини між людьми, а також рівень зрілості шляхів і форм задоволення духовних потреб людини. Особливо це стосується сім'ї, колективи і суспільство в цілому.

Важливе значення в розвитку соціології мають міждисциплінарні зв'язки з соціальною психологією, з соціопедагогікою та ін.

У структурі соціології давно сформувався й продуктивно функціонує так званий психологізм, тобто такий підхід до вивчення суспільних проблем і соціальних процесів, при якому соціолог має справу з тими психічними явищами, які притаманні індивідові чи соціальній групі, при цьому соціолога щонайперше цікавлять мотиви спонук і дій людей у різних життєвих ситуаціях. У соціології виникла й започаткована Г. Спенсером психологічна школа, яка відіграла історичну роль у розвитку соціології. Але якщо психологія зосереджується переважно на вивченні внутрішніх процесів активного відображення людиною реального життя через явища психіки, то поле аналізу соціології дещо інше. Соціологія вивчає не так психологічні мотиви діяльності людини, як вплив цієї діяльності на стосунки між людьми, а також на продукти такої діяльності. Наприклад, і психологія, і соціологія можуть вивчати ті зміни в поведінці людей, які покликані до життя належністю цих людей до політичних партій (байдуже, в опозиції чи при владі). Але соціологію, на відміну від психології, цікавить і поведінка членів партій або груп людей – наприклад, на виборах – незалежно від мотивів, якими вони керувались, голосуючи «за» чи «проти». Тут соціологія здійснює аналіз з точки зору соціальних ролей, її також цікавлять наслідки виборчої поведінки окремих індивідів та груп.

Для всіх суспільних наук, з якими взаємодіє соціологія на міждисциплінарній основі, особливий внесок соціологічної науки полягає у використанні специфічних методів і прийомів дослідження, які надають ширші можливості в розширенні фактологічної бази всього обсягу гуманітарних знань.

Отже, соціологія за самою своєю природою мусить перебувати в тісній взаємодії з усіма соціально-гуманітарними науками, визначаючи напрями розвитку суспільства.

СОЦІОЛОГІЯ

Важливо запам'ятати й таку обставину. Соціологія спонукає творців природничих чи технічних наук включати в предмет їх досліджень також і культурно-моральні наслідки впровадження результатів своїх напрацювань, враховувати, як змінюватимуться місце й роль людей в суспільстві, яких змін зазнають міжособистісні стосунки, як зміниться самопочуття людей.

Все це зумовлює потрібність і необхідність соціології в сучасному суспільстві, в духовному світі сучасної людини.

Запитання для самоконтролю знань

1. Дайте визначення об'єкта та предмета соціології.
2. Назвіть основні функції соціології.
3. Які існують основні закони та категорії соціологічної науки?
4. В чому зміст і значення теоретичної та практичної соціології?
5. Які суспільні дисципліни органічно поєднуються і перебувають в науковому взаємозв'язку з соціологією?

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Соціологія: Навч. посібник / За ред. Макеєва. – К., 2003.
2. Соціологія / За ред. В.Г. Городяненка. – К., 2012.
3. Соціологія. Підручник / за ред. Ятченка В.Ф. – К., 2018.
4. Смелзер Н. Соціологія. – М.: Прогресс, 1984.
5. Соціологічна енциклопедія. – К., 2008.

Додаткові

1. Буравой М. Что делать? Тезисы о деградации социального бытия в глобализующемся мире // Социс. – 2009. - № 4.
2. Зборовский Г. Теоретическая социология: quo vadis? // Социс.-2013. - № 9.
3. Качанов Ю. Л. Что такое социологическая теория? // Социс. — 2002. — № 12.

4. Козловский В.В. Практический смысл социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. СПб, 2004., Т. VII. — № 1.
5. Общественная роль социологии. – М.: Вариант, 2008.
6. О современном этапе развития социологии // Социс. – 2008. - №7.
7. Попов Е.А. Современная социология в перекрестье междисциплинарности // Социс. – 2013. - № 8.
8. Танчер В. Актуальні проблеми соціологічної науки // Соціологія:
9. теорія, методи, маркетинг. – 2014. - № 2.
10. Тощенко Ж.Т., Романовский Н.В. Публичная или профессиональная публичная социология? // Социс. – 2009. - № 4.
11. Черниш Н. Соціологія сьогодні: тенденції та перспективи розвитку // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2017. - № 4.

Т Е М А 2.

СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СУСПІЛЬСТВА ЯК СИСТЕМИ

2.1. Теоретико-методологічні підходи до вивчення суспільства в соціології.

2.2. Ключові парадигми розвитку суспільства – формаційний, цивілізаційний, культурологічний, технологічний підходи.

2.3. Проблема типологізації суспільства.

1.1. Теоретико-методологічні підходи до вивчення суспільства в соціології

Суспільство є буденним поняттям, зміст якого більшість людей ніколи і не намагається сформулювати. Суспільство оточує нас постійно. Суспільство існувало в усі епохи, навіть тоді, коли не було ні країн, ні держав. Однак стародавній світ ще не використовував такої абстрактної категорії, як «суспільство»; вона з'явилась лише у XVIII ст. Є різні визначення цього поняття.

Суспільство – особливий, надзвичайно складний вид організації соціального життя. Воно включає в себе всю багатоманітність стійких соціальних взаємозв'язків і взаємодій, всі інститути та спільноти, що локалізовані в рамках конкретних державно-територіальних кордонів.

Характерні ознаки суспільства

– **Спільна територія**, яка становить основу соціального простору, де проживають і взаємодіють індивіди, як члени суспільства формують і розвивають свої відносини, де відбувається консолідація соціальних зв'язків. Територія локалізує організацію соціального життя.

– **Універсальність**, тобто різнобічний і всеосяжний характер суспільства. Суспільство охоплює все розмаїття соціальних зв'язків, відносин, соціальних спільнот, інститутів. Універсальність його дає можливість створити необхідні умови

для задоволення потреб людини, для її самореалізації та досягнення особистої мети.

– **Цілісність і сталість** суспільства як певного єдиного цілого, як системи взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів.

– **Здатність до саморегуляції й саморозвитку**, тобто до підтримування й постійного відтворювання (відновлення) високої інтенсивності внутрішніх взаємозв'язків, забезпечення стійкості соціальних утворень за допомогою тих інститутів і організацій, норм і цінностей, що існують всередині суспільства.

– **Самодостатність і автономність** – суспільство здатне без втручання зовнішніх сил створити для людей такі форми організації та умови їх життя, які необхідні для задоволення їх потреб, їх самоствердження й самореалізації.

– **Певний рівень розвитку культури з усталеною загальноприйнятою системою норм і цінностей**, які складають основу соціальних зв'язків.

– Завдяки цьому **суспільство має велику інтегруючу силу**, воно соціалізує кожну людину, кожне покоління людей, підпорядковуючи їх поведінку чинним нормам та інтегруючи її до загальної системи зв'язків.

Розглянуті нами суттєві ознаки і характеристики суспільства дозволяють трактувати його як систему.

Суспільство є найзагальнішою системою взаємозв'язків і взаємовідносин між людьми, соціальними групами, спільнотами та соціальними інститутами.

Суспільство як цілісна соціальна система є вищою формою **соціуму – великої стійкої соціальної спільноти, яка характеризується єдністю умов життєдіяльності людей та спільністю культури**. Розрізняють також родові й сімейно-родинні, соціально-класові, національно-етнічні, територіальні форми соціуму.

На підставі провідних форм людської життєдіяльності у суспільстві визначають певні **сфери суспільного життя**, як підсистеми суспільства:

– матеріально-виробнича (економічна): охоплює продуктивні сили, виробничі відносини і процеси матеріального

СОЦІОЛОГІЯ

виробництва, розподілу, обміну і споживання, а також науково-технічний прогрес і технологічну революцію;

– соціально-політична: включає соціальні та політичні стосунки людей в суспільстві (класові, національні, групові, міждержавні);

– духовна: охоплює всі духовні процеси, що пов'язані з формуванням уявлень, світогляду, ідей, теорій, виробленням форм суспільної свідомості та духовних цінностей;

– культурно-побутова: охоплює виробництво і функціонування культурно-побутових цінностей, а також виховання, організацію дозвілля і вільного часу.

Всі сфери суспільного життя тісно взаємопов'язані, тому їх треба розглядати лише в єдності. В основі кожної сфери, як і суспільства в цілому, лежать усі взаємозв'язки і відносини, в які вступають люди у процесі життєдіяльності і які пронизують усі сфери та єднають їх.

З огляду на вищезазначене можна сформулювати загальне визначення суспільства як системи в широкому сенсі слова.

Суспільство як система є сукупністю усіх форм об'єднання людей та способів їх взаємодії, в яких знаходить прояв їхня всебічна взаємозалежність і які склались історично, мають спільну територію, загальні культурні цінності й соціальні норми, а також характеризуються соціокультурною ідентичністю її членів.

Теоретико-методологічні підходи до вивчення суспільства в соціології

Системні соціологічні уявлення про суспільство мають довгу історію розвитку й широкий спектр течій та напрямків. Це зумовлено надзвичайною складністю суспільства як соціальної системи, його різноманітністю й багатогранністю.

Суспільство складається з безлічі індивідів, але воно не є простою сумою чи сукупністю людей; це не сумативна кількість індивідів, а єдина цілісна система з якостями, яких немає у жодного зі складових її елементів окремо.

Згадаємо, що взагалі термін **«система»** означає певним чином упорядковану множинність елементів, які утворюють єдине ціле.

Соціальна система – це цілісне утворення, основним елементом якого є люди, їх зв'язки, взаємодії і відносини. Ці зв'язки, взаємодії і відносини носять стійкий характер і відтворюються в історичному процесі, переходячи з покоління в покоління.

Теоретико-методологічні підходи до вивчення суспільства в соціології:

Як стверджує сучасне наукознавство, будь-яка наука досягає зрілості, тобто стає самостійною, коли вона переходить в парадигмальний статус.

Поняття «парадигма» ввів у науковий обіг американський соціолог **Томас Кун**. Т.Кун розглядає будь-яку науку даного часу як таку, що визначається парадигмою, тобто специфічною структурою, яка включає різні за характером і змістом варіації уявлень про предмет науки, її основоположні теорії і специфічні методи дослідження. За Т.Куном, термін парадигма означав визнане усіма наукове досягнення, яке на протязі певного часу дає науковому співтовариству модель постановки проблем і їх рішень.

Отже, під **парадигмою** розуміють **сукупність основних принципів і положень певної теорії, що мають власний поняттєвий апарат і визнаються групою вчених**. Вчені працюють в межах парадигм, які є загальними способами бачення світу і на основі яких визначається те, якою науковою роботою слід займатись, і які теорії є прийнятними.

Для принципового розмежування різних соціологічних вчень використовується таке поняття як **«соціологічна парадигма»** – **система найбільш загальних, вихідних і важливих основ досить визнаної соціологічної теорії, яка визначає її концептуально-методологічний підхід до постановки і вирішення соціологічних завдань**.

Соціологія належить до наук із **багатопарадигмальним, або поліпарадигмальним статусом**. Такий статус соціології означає, що для цієї науки характерним є **плюралізм у розумінні**

СОЦІОЛОГІЯ

суспільства, а отже, можливість усебічно охопити та детальніше вивчити соціальне життя в ньому.

Основні рівні системного підходу до розгляду суспільства:

– **Макрорівень** – акцентує на організації і функціонуванні суспільства як єдиного цілого (структурні макропарадигми: функціоналістська, конфлікціоністська).

– **Мезорівень** – скеровує акцент на дослідження соціальних спільнот і груп (*Нейл Смелзер, США*).

– **Мікрорівень** – акцентує на дослідженні і тлумаченні дій індивіда (гуманістична соціологія, або соціологія повсякденного життя – напрям, що об'єднує сукупність інтерпретивних парадигм: теорії соціальної дії (*Макс Вебер*), символічного інтеракціонізму (*Джордж Мід*), феноменології (*Альфред Шюц*), етнометодології (*Гарольд Гарфінкель*), теорії соціального обміну (*Джордж Хоманс, Питер Блау*)).

За характером теоретико-методологічних підходів до вивчення суспільства в соціології розрізняють **структурні (макросоціологічні) й інтерпретивні (мікросоціологічні)**.

Інтерпретивні парадигми досліджують мікропроцеси і мікроявища суспільного життя, зосереджують увагу на суб'єкті соціальної дії, пояснюють суспільство з погляду щоденного життя людини в її найближчому оточенні, аналізуючи переважно її міжособистісні взаємовідносини.

Структурні парадигми досліджують і описують суспільство на макрорівні, тому їх називають макросоціологічними. Структурні парадигми поділяють на **функціоналістські й конфліктні**.

Фундаментальні положення **функціоналістських парадигм** розвивали визначні їх класики *Герберт Спенсер* та *Еміль Дюркгейм*, а також засновники і прибічники сучасного структурного функціоналізму *Толкот Парсонс* і *Роберт Мертон*. Ці парадигми розглядають суспільство з позицій системноорганізованого явища, як єдине ціле, що складається із суми частин-підсистем, які пов'язані між собою, взаємозалежні та перебувають у взаємодії. Суспільство розуміють як таке, що

тяжіє до рівноваги і самозбереження, а розвиток у ньому тлумачать як повільні, поступові еволюційні зміни. Функціоналісти наголошують на стабільності, сталості, гармонії, порядку, солідарності, співробітництві в суспільстві. Порушення їх породжує патологічні явища, деструктивні процеси, аномію (безнормність).

Проте, історія людства свідчить, що соціальні утворення відзначаються не лише стабільністю, врівноваженістю, узгодженістю та взаємодією своїх частин, а й кризами, конфліктами, іншими руйнівними процесами, які призводять час від часу до істотних змін у самих підвалинах суспільного життя людей. З середини ХХ ст. популярності набуває **конфлікціоністський макропідхід** до розуміння суспільства, що пояснюється тим, що функціоналізм вступає в суперечність із реальними подіями в суспільстві, яке набуває рис надмірної конфліктності.

Класики конфліктного підходу – *Карл Маркс, Георг Зіммель, Людвіг Гумплович*. Сучасні теоретики конфліктного підходу – *Роберт Мілс, Ральф Дарендорф, Льюїс Козер*.

Конфліктні парадигми розглядають суспільство як суперечливе єдине ціле внаслідок існування конфліктів у ньому з різною природою, розв'язання яких і поява нових зумовляють постійний розвиток соціуму та зміни в ньому. На відміну від функціонального, конфліктологічний підхід зосереджує увагу не на механізмах самозбереження соціальної системи, а на чинниках трансформації, якісного перетворення її. Прибічники конфліктних парадигм акцентують увагу на існуванні розбіжностей, протилежностей, суперечностей між різними соціальними суб'єктами, розв'язання яких є джерелом постійного оновлення суспільства. Роль соціології конфлікціоністи вбачають у діагностиці, запобіганні і розв'язанні конфліктів з метою підтримки соціальної системи й унеможливлення її деструкції та руйнації.

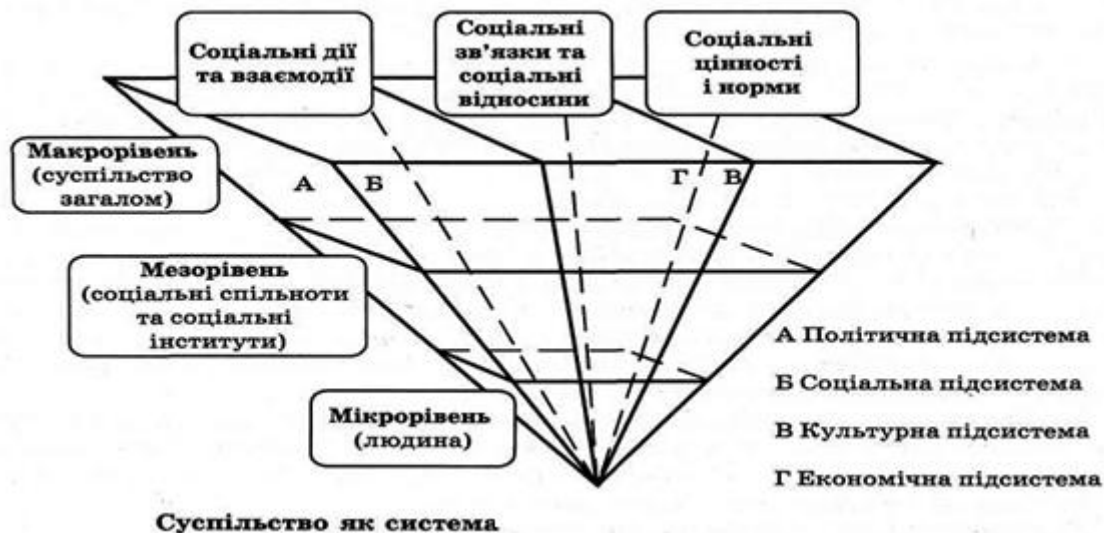
Як показав час, і функціоналістські, і конфлікціоністські парадигми поодиноці мають вузьку сферу практичного вжитку. Тому наприкінці ХХ ст. провідною стає думка вчених про поєднання функціонального і конфліктного підходів до

СОЦІОЛОГІЯ

розуміння суспільства. Найбільш плідним сьогодні взагалі вбачається такий узагальнений підхід, який би передбачав органічне поєднання переваг усіх парадигм і підходів з метою здобуття об'єктивного системного знання про суспільство.

Залежно від різноманітних підходів до розуміння суспільства як певної системи розрізняються й спроби розгляду його структури.

Відомий соціолог ХХ ст. **Наталія Черниш** вдало порівняла соціальну систему суспільства із плоскою пірамідою, елементи якої **функціонують** на макро-, мезо- та мікрорівнях. На гранях цієї піраміди розмістилася економічна, політична, соціальна, культурна підсистеми (див. мал.).



Внутрішній каркас піраміди становлять соціальні дії та взаємодії, соціальні зв'язки та соціальні відносини між індивідами та спільнотами, індивідами та суспільством, спільнотами та соціальними інститутами, спільнотами та суспільством. Отже, суспільство складається з великої множини індивідів, об'єднаних соціальними зв'язками, діями, взаємодіями та відносинами.

Соціальні відносини – зумовляють спільну діяльність індивідів у конкретних спільнотах у конкретний час для досягнення конкретних цілей. Вони мають об'єктивний характер, оскільки їх диктують соціальні умови, в яких діють

індивіди і які диктуються ними, а їхня сутність проявляється у змісті й характері цих дій.

Поняття «дія», «соціальна дія» уперше запровадив М. Вебер.

Дія – це людська поведінка, якій суб'єкт надає певного сенсу (мотивації).

Соціальна дія – дія, яка за своїм сенсом, що вкладає в неї діючий індивід чи група, орієнтована на відповідну поведінку інших співучасників взаємодії, тобто на певні очікування. Соціальні дії зумовлюються невдоволеністю (тобто, невідповідністю між тим, чого потребує людина й тим, що вона має). Це певна акція (вчинок), до якої вдається суб'єкт з метою забезпечення в певній соціальній ситуації необхідних змін. Це спосіб розв'язання соціальних проблем і суперечностей, які ґрунтуються на зіткненні цілей, інтересів і потреб головних соціальних сил суспільства.

У реальному житті наявні різні **типи дій**:

- Раціональна;
- Іраціональна;
- Традиційна;
- Афективні.

Кожній своїй дії людина надає певного сенсу, мотиву. **Який сенс людина бачить, на які цінності орієнтується, такий світ вона творить.**

Взаємозумовлені соціальні дії, пов'язані причинною залежністю, за якої дії одного суб'єкта є одночасно причиною і наслідком відповідних дій інших суб'єктів, є ланками **системи соціальної взаємодії** множинності індивідів.

Об'єктивною основою соціальної взаємодії є спільність чи розбіжність інтересів, близьких чи віддалених цілей, поглядів. **Особливість соціальної взаємодії** полягає в тому, що вона є процесом впливу індивідів один на одного. У процесі взаємодії має місце вплив свідомості, інтересів, потреб, поведінкових установок однієї людини на іншу та навпаки.

Взаємодія – це двобічний процес обміну діями між людьми. Отже, соціальна взаємодія відрізняється від дії

СОЦІОЛОГІЯ

зворотнім зв'язком. Тільки дію, яка породжує зворотну реакцію, кваліфікують як соціальну взаємодію.

Соціальні взаємодії поділяються на такі **види**:

- фізичні (передавання книжки)
- вербальні (образа, привітання)
- жести (усмішка, рукостискання)

та **форми**:

- кооперація
- конкуренція
- суперництво
- конфлікт.

Соціальні взаємодії – це форми соціальних зв'язків, що виражаються у залежності, сумісності та взаємному впливі людей, або груп, соціальних спільнот, будь-які їх соціокультурні зобов'язання один щодо одного, які реалізуються в обміні діяльністю, інформацією, досвідом, здібностями, уміннями, навичками.

Поняття соціального зв'язку введено в соціологію *Е. Дюркгеймом* для характеристики малих груп.

Соціальний зв'язок є певною системною якістю, яка дозволяє індивідам класифікувати себе як членів даної групи, та має такі ознаки:

- залежність членів групи одне від одного на підставі спільного інтересу;
- особисті зобов'язання кожного члена групи виконувати загальні для групи норми і оберігати спільні цінності;
- ідентифікація індивіда з групою.

Аналізуючи суспільство як соціальну систему, необхідно підкреслити, що **цілісність суспільства** тримається завдяки певним елементам, що структурують його, та дії певних чинників, що формують його як цілісність:

- **Статусно-рольові позиції.**

У соціумі відбувається стандартизація різноманітних видів взаємодій індивідів, що приводить до появи статусно-рольових моделей поведінки. Це базовий, первинний рівень суспільства.

- **Соціальні інститути.**

Статусно-рольові позиції організовані, пов'язані між собою; організованість і впорядкованість забезпечуються за допомогою соціальних інститутів. Соціальні інститути виникають у поєднанні суспільного розподілу праці та суспільних відносин у межах соціальної організації суспільства. Кожен з них має свою мету, функції, статусно-рольові позиції та систему санкцій.

– **Соціальні цінності і культура.**

Людина формується в конкретному культурному середовищі та засвоюючи колективні уявлення про доцільність і необхідність інституціонального розмаїття, сприймає його як природний стан суспільства. Культура визначає ціннісні моделі поведінки людей у формі норм моралі, традицій, ціннісних орієнтацій тощо. Проте, можливості культури обмежені для забезпечення повної єдності суспільства. Політична влада через державне регулювання закріплює зв'язки між спільнотами й інститутами там, де впливу культури вже недостатньо, де норми моралі потребують підкріплення у праві, законі, примусі.

2.2. Ключові парадигми розвитку суспільства – формаційний, цивілізаційний, культурологічний, технологічний підходи

Передумовою соціального розвитку суспільства є **соціальні зміни** – процес виникнення нових явищ, структур, характеристик у різних соціальних системах і підсистемах під час їх взаємодії. Це перетворення в організації суспільства, що відбуваються впродовж деякого часу у соціальних спільнотах, групах, інститутах, організаціях, з яких складається суспільство, в їхніх взаємостосунках одне з одним, у зразках поведінки і мислення, у моделях культури.

Джерелами соціальних змін є відкриття, винаходи, інновації.

Фактори соціальних змін:

- природні: зменшення природних ресурсів, забруднення довколишнього середовища, природні катаклізми;
- демографічні: міграція, перенаселення, зміна поколінь;

СОЦІОЛОГІЯ

- соціально-політичні: реформи, революції;
- культурні;
- науково-технічні;
- соціально-психологічні.

Соціальні зміни досить різноманітні, тому їх необхідно систематизувати й класифікувати.

Зміни на мікрорівні – передбачають зміни соціальних ролей і статусів індивідів.

Зміни на макрорівні – передбачають перетворення в суспільстві взагалі, його структурах та інституціях.

Існують різні види соціальних змін.

Мотиваційні соціальні зміни – зміни у сфері мотивацій індивідуальної та колективної діяльності. Наприклад, при переході до ринкових відносин суттєво міняється мотиваційна сфера індивідів. На перший план виступають мотиви особистого грошового заробітку, прибутку, що впливає на їх поведінку, мислення, свідомість.

Структурні соціальні зміни – соціальні зміни у межах структур різноманітних соціальних утворень. Наприклад, зміни у структурі сім'ї (полігамна, моногамна, багатодітна, розширена); або у структурі будь-якої іншої спільності – малої групи, професійної, територіальної, нації суспільства в цілому.

Процесуальні соціальні зміни – соціальні зміни стосовно соціальних процесів, які відбуваються у сфері соціальних взаємодій та взаємовідносин різноманітних утворень: спільностей, інститутів та організацій, особистостей та індивідів. Це, наприклад, відносини солідарності, напруженості, конфлікту, рівноправ'я, підпорядкування які постійно знаходяться в процесі змін.

Функціональні соціальні зміни – зміни у межах соціальної динаміки суспільства, що стосуються різноманітних функцій соціальних систем, інститутів та організацій. Сутність їх полягає в перебігу адаптивних процесів, що відтворюють певний стан соціальної структури, або ж утримують її в даних межах. Приводять до відтворення старого соціального порядку.

Існують також різні **типи і моделі соціальних змін:**

Еволюційна модель – передбачає *лінійний частковий поступовий тип соціокультурних змін*, котрі здійснюються як досить стійкі із тенденцією на збільшення, тобто розвиток відбувається від простого, однорідного до складного, неоднорідного, (або інколи зменшення, навпаки) будь-яких якостей чи елементів у різних соціальних системах. Еволюційними можуть бути мотиваційні, структурні, процесуальні, функціональні зміни.

Циклічна модель – *циклічний тип соціальних змін* – це певна сукупність явищ і процесів, послідовність яких створює кругообіг протягом певного часу; передбачає спіральний тип еволюційного розвитку в напрямку ускладнення соціальної системи, з одного боку, та наявність хвиль, які відповідають різним рівням організації соціальної системи і змінюють одна одну, з іншого боку.

Революційна модель – *біфуркаційний тип соціальних змін* – радикальні зміни, які зумовлюють корінну ломку соціального об'єкта; передбачає перехід від однієї фази розвитку до іншої, що відбувається через критичні точки. Вектор цього переходу може змінюватись, оскільки існує багато можливостей, альтернатив розвитку. Головною тут є не траєкторія змін, а проблема вибору подальшого розвитку.

Розвиваючись, суспільство постійно змінюється. Такі соціальні зміни в динаміці, тобто послідовну зміну соціальних явищ і станів суспільного руху, зміни станів у соціальних системах і підсистемах, соціальних інститутах та організаціях, називають **соціальним процесом**.

У динамічному сенсі соціальні процеси розвиваються у двох напрямках – еволюційному і трансформаційному. Обидва різновиди можна кваліфікувати не лише як динамічні зрушення, а й як типи соціальних змін, що мають, у свою чергу, підтипи.

Еволюційні процеси зумовлені здебільшого синтезом багаторівневої взаємодії різних чинників: економічно-господарських, історико-політичних, природно-географічних, геополітичних тощо. В результаті змінюється структурна

СОЦІОЛОГІЯ

організація елементів матеріальної, духовної і моральної культури, спосіб життя і побуту.

Трансформаційні процеси зумовлені здебільшого виявом морфогенетичних чинників, що руйнують існуючі структури і створюють новий соціальний порядок.

Аналіз історичного розвитку соціальних процесів дозволяє зробити висновок, що соціальна історія людства характеризується дією двох взаємозалежних тенденцій, одна з яких має інтегруючу спрямованість, а інша – диференціюючу. При цьому на кожному етапі історії співвідношення обох тенденцій і форми їхнього прояву змінюються під впливом різних детермінуючих факторів. У сучасних умовах одним з основних таких факторів є науково-технічний і соціальний прогрес.

Соціальний (суспільний) прогрес – спрямований за висхідною лінією рух до більш складних форм суспільного життя. Це узагальнююче поняття, складовими якого є економічний, технічний, культурний поступальний розвиток суспільства.

Критерії суспільного прогресу:

– економічні: економічні показники, рівень розвитку виробництва, техніки, технології;

– соціальні: розвиток соціальної структури, соціальних відносин, соціальної рівності;

– політичні: рівень розвитку демократії, соціальних і політичних прав і свобод, політичний та ідеологічний плюралізм і т.ін.;

– духовні: рівень розвитку науки, освіти, культури, мистецтва, релігії;

– інтегративний: рівень гуманізації та екологізації суспільства.

Вирішальним критерієм суспільного прогресу є самоцінність життя.

Зворотній рух за низхідною лінією, від вищого до нижчого у соціальних процесах – це **соціальний регрес**.

Діалектична єдність прогресу і регресу за переваги прогресивної спрямованості становить **соціальний (суспільний) розвиток**.

Джерелом суспільного розвитку є система соціальних протиріч.

Варіанти суспільного розвитку:

Непрогресивний – народи, що живуть в межах природного річного циклу в єдності й гармонії з природою (аборигени Австралії, народи Півночі). У суспільній свідомості цих народів відсутні поняття історичного часу, минулого й майбутнього, ідеї про необхідність змін та розвитку. Ці народи вбачають мету і сенс свого існування у збереженні традиційного способу життя. Незмінність сталого порядку речей підтримується системою жорстких заборон, «табу». Якщо графічно зобразити історичний шлях цих народів, то вийде замкнуте коло.

Циклічний – східний тип розвитку. Характерна риса цих народів – зосередження на духовному. У суспільній свідомості присутнє поняття циклічного історичного часу. Суспільство побудовано на принципах колективізму, особисті інтереси суцільно підпорядковані суспільним і державним. Традиції канонізовані як вища суспільна цінність. Історичний шлях народу можна зобразити у вигляді спіралі, де один виток – цикл розвитку, а крок від одного витка до іншого – поступальний розвиток.

Прогресивний – західний тип розвитку. Пов'язаний з постійними змінами у житті людини. Минуле сприймається як зразок, а в цілому суспільство прямує в майбутнє, зорієнтовано на прогрес.

Параметри розвитку суспільства:

- Зміни на статусно-рольовому рівні, поява нових статусно-рольових взаємодій.
- Поява нових інститутів суспільства.
- Поява нових елементів культури у формі нових ціннісних моделей і колективних уявлень, відповідно до яких відбувається легітимація норм та інституційних відносин.

СОЦІОЛОГІЯ

– Зміна функціональних залежностей між структурними елементами соціальної системи.

Основні парадигми розвитку суспільства.

Для пояснення процесів соціального розвитку і соціальних змін в соціології існують численні теорії, методологічні підходи, парадигми.

Класична/Лінійна парадигма розвитку суспільства.

Формаційний підхід (К.Маркс) – в основі якого лежить розвиток продуктивних сил суспільства. Джерелом і основними критеріями суспільного розвитку вважаються трудова, виробнича діяльність людей, спрямована на задоволення матеріальних потреб, спосіб виробництва і форма власності. Базис – господарство, економічний устрій суспільства, сукупність виробничих відносин. Надстройка – сукупність суспільних поглядів, ідей, теорій, багатоманітних політичних, юридичних, моральних й інших відносин, а також інститутів і організацій, створених з метою управління цими поглядами й відносинами.

Суспільства з різною культурою, політичним устроєм, способом і рівнем життя населення, об'єднанні цими ознаками, становлять одну суспільно-економічну формацію. Марксистська інтерпретація уявляє історію суспільства у вигляді «сходинок» – суспільно-економічних формацій. Формаційний підхід наголошує на неминучості переходу від однієї формації до іншої і називає це природно-історичним процесом зміни суспільно-економічних формацій.

Формаційний підхід до аналізу стадій розвитку суспільства (марксистська концепція).

Суспільно-економічна формація	Власність на засоби виробництва	Класи
Комуністична:		
Комунізм Соціалізм	Загальна	Без класів Робітники та селяни
Капіталістична	Приватна	Капіталісти та наймані працівники
Феодална	Приватна	Феодали та селяни
Рабовласницька	Приватна	Рабовласники та раби
Первіснообщинна	Загальна	Безкласові племена

Досліджуючи еволюцію суспільства й порівнюючи різні її стадії, соціологи виявили низку закономірностей і тенденцій. Основними з них є такі: кожна наступна стадія (формація) є в кілька разів коротшою від попередньої – капіталістична від феодальної, феодальна від рабовласницької, рабовласницька від первісної. Найтривалішою є первісна формація.

Технологічний підхід використовує цілу низку характеристик (ключова сфера економіки, основи розвитку, провідні соціальні групи) та представлений концепціями стадій економічного чи соціокультурного розвитку (А. Сен-Сімон, О. Конт, Ж-Ж. Кондорсе, В.Ростоу, Р. Арон, Д Белл).

Процес соціальних змін, що відбувається впродовж переходу суспільства від однієї форми життя до іншої носить назву **модернізація**. Вона охоплює кардинальні зміни соціальних інститутів та способу життя людей. Її основою виступає розвиток та поширення культури «модерніті»:

- Ринкових відносин;
- Раціональних цінностей;
- Розрахунку та орієнтації на грошовий успіх, бізнес.

За умов модернізації на перший план висуваються технологічні та економічні тенденції у розвитку суспільства:

– Перехід від простих традиційних методів виробництва (ткацтво вручну) до використання наукових знань та технологій (впровадження у виробництво механічних ткацьких станків);

– У сільському господарстві перехід від вирощування на невеликих земельних ділянках всього необхідного для власного споживання до створення комерційних сільськогосподарських підприємств. Це передбачає оплату за врожай наявними грошима, купівлю несільськогосподарської продукції на ринку, використання праці найманих робітників;

– У промисловості – заміна праці з використанням сили тварин та людей працею машин, замість плугів з волами – трактори, якими управляють наймані робітники;

– Урбанізація;

– Вплив на суспільство нерелігійних ідеологій (комунізм, націоналізм);

СОЦІОЛОГІЯ

– Втрата сім'єю своєї «виробничої» функції. Родинні групи розпадаються на маленькі, нуклеарні сім'ї. Основою шлюбу стає особистий вибір, а не вимоги батьків;

– Підвищення рівня грамотності населення, формування офіційних навчальних закладів;

– Виникнення нових форм адміністративної організації (бюрократії, що пов'язані із державною службою).

Типи модернізації.

Соціологи розрізняють два типи модернізації – **органічну** та **неорганічну**.

Органічна модернізація – є моментом власного розвитку країни, модернізація відбувається природним шляхом, внаслідок змін в укладі життя, традиціях, світогляді та орієнтаціях.

Неорганічна модернізація – це шлях «доганяю чого» розвитку – спроби правлячої верхівки перебороти історичну відсталість та уникнути залежності від більш розвинутих іноземних держав (петровські реформи XVIIIст., сталінська індустріалізація 30-х р., перебудова 1985р . та економічні реформи, що почалися після 1991 р. в Україні).

Неорганічна модернізація іде шляхом закупівлі зарубіжного обладнання та патентів, запозичення чужих технологій (іноді шляхом економічного шпигунства), запрошення іноземних спеціалістів, навчання своїх робітників за межами країни, іноземних інвестицій.

Некласична/Нелінійна парадигма розвитку суспільства – концепції множинності цивілізацій і культурно-історичних типів як самодостатніх утворень (М.Я. Данилевський, О. Шпенглер, А. Тойнбі)

Культурологічний підхід (німецький філософ О. Шпенглер)

Розмежував поняття культури і цивілізації. Виокремлює 8 культур і підпорядковує їх біологічному ритму: народження/дитинство – молодість/зрілість – старість/закат. Кожна культура, проходячи ці стадії, перетворюється на цивілізацію – спільність людей, пов'язану духовними цінностями

й ідеалами, яка має особливі стійкі риси соціально-політичної організації, економіки, культури, психології, відчуття приналежності до цієї спільності.

Загальні ознаки цивілізації:

- Спільність та взаємозалежність історико-політичної долі та економічного розвитку.
- Взаємопереплетіння і взаємопроникнення культур
- Наявність сфер спільних інтересів та загальних завдань і цілей з точки зору перспектив розвитку.

Цивілізаційний підхід

Започаткований американським філософом *Арнольдом Дж. Тойнбі* (1889-1975).

Цивілізації розглядає як великі самобутні соціокультурні системи, які мають свою «історичну долю», закономірності розвитку, інститути і цінності. Наголошує на їх несумісності. Розподілив світ на певні окремі соціокультурні системи, два багатовимірну їх характеристику, запропонував схему їх співвідношення. Висунув концепцію виникнення, розвитку та занепаду окремих цивілізаційних систем. Проте, визначає в історії певний рух, підтримує ідею історичної еволюції, визнає відносну єдність історичного процесу.

Загальноцивілізаційний підхід до аналізу стадій розвитку

Основні ознаки та відмінності	Стадії суспільного розвитку		
	Доіндустріальне суспільство	Індустріальне суспільство	Постіндустріальне суспільство
Період виникнення	<i>6 тис. років тому</i>	<i>250 років тому</i>	<i>Остання чверть ХХ ст.</i>
Ключова сфера економіки	<i>Сільське господарство</i>	<i>Промисловість</i>	<i>Сфера послуг (насамперед наука та освіта).</i>
Організаційно-технічні характеристик и економіки	<i>Малопродуктивне натуральне господарство на базі ручної праці та примітивної техніки.</i>	<i>Масове товарне виробництво на основі суспільного поділу праці та машинних технологій.</i>	<i>Високорозвинута ринкова економіка, ефективне використання НТП, інформаційних технологій.</i>

СОЦІОЛОГІЯ

Основи розвитку	Традиції	Поступовий НТП, дух підприємництва, конкуренції, свободи та демократії.	Бурхлива НТР, теоретична поінформованість, компетентність і професіоналізм, зріла демократія.
Провідну роль відіграють	Церква та армія	Промислово-фінансова корпорації	Університети (як центри наукових знань).
Провідні соціальні групи	Священики та феодала	Бізнесмени	Науково-технічні спеціалісти

2.3. Проблема типологізації суспільства

Типологію суспільств можна розглядати як метод наукового пізнання, що полягає в диференціації різних суспільств за певною ознакою з наступним їхнім групуванням за схожими рисами.

Суспільство є складним, багаторівневим утворенням, будь-яка універсальна класифікація не може охопити його. Соціологи змушені з різноманітних ознак, характерних для суспільства, обирати лише окремі, на підставі яких вони створюють свою типологію.

Якщо, наприклад, за ознаку обирається наявність писемності, тоді всі суспільства поділяються на:

– **дописемні** – суспільства, де люди не володіють абеткою та фіксацією звуку у матеріальних носіях;

– **писемні** – суспільства, де люди володіють абеткою та фіксацією звуку у матеріальних носіях: клинописних таблицях, берестяних грамотах, книгах, газетах, комп'юторах.

Інша типологія поділяє суспільства на два класи – **прості** і **складні**.

Просте	Складне
кровно-родові зв'язки; родоплемінна організація суспільства;	широкі і різноманітні зв'язки між людьми;
немає майнової диференціації в суспільстві;	соціальне розшарування (класи, верстви; заможні, незаможні; ті, що управляють і ті, ким управляють);
немає класів і держав	багаторівневе управління суспільством через державу

Прості суспільства – це суспільства, де немає керівників та підлеглих, багатих та бідних (первісні племена).

Складні суспільства – це суспільства, в яких є кілька рівнів управління, декілька соціальних верств населення, що розташовуються зверху вниз із зменшенням доходів.

Розглянемо найбільш уживані та поширені класичні типології суспільств.

Марксистська типологія суспільств (формаційний підхід):

Згідно неї існує 5 типів суспільств, 5 суспільно-економічних формацій, сутнісні риси яких зумовлені способом виробництва: первісна, рабовласницька, феодална, капіталістична, комуністична.

Історичну типологію суспільств у загальних рисах окреслив *Ентоні Гіденс*.

Ранні суспільства: мисливців, збирачів, скотарів, ааграрні, традиційні

Сучасні суспільства:

– суспільства першого світу – від ХУІІІ ст. і дотепер: США, держави Західної Європи, Японія, Австралія, Нова Зеландія;

– суспільства другого світу – від поч. ХХ ст. до 90 р.р. ХХ ст.: СРСР, держави Східної Європи, які згодом, унаслідок політичних та економічних реформ, переходять до суспільств першого світу;

– суспільства третього світу – від ХУІІІ ст., коли вони були колоніями і дотепер): Індія, африканські та південноамериканські країни;

– нові» індустріальні країни – Бразилія, Мексика, Гонконг, Південна Корея, Сінгапур, Малайзія, Тайвань.

Близькою до історичної типології є **макросоціологічна концепція «золотого мільярду»** (кінець ХХ ст.), згідно якої високорозвинуті суспільства, які здатні за рахунок матеріального виробництва забезпечити гідне життя своїм членам. Решта суспільств становлять джерело дешевої сировини та дешевої робочої сили для високорозвиннутих суспільств.

СОЦІОЛОГІЯ

Типологія суспільств світу за політичними режимами, запропонована К. Поппером у праці «Відкрите суспільство та його вороги»:

Закриті суспільства – авторитарного й тоталітарного типів з утиском прав і свобод людини, з явним переважанням соціально-масового над індивідуальним, вражені стагнацією;

Відкриті суспільства – демократичного типу з пріоритетом прав людини, з високим рівнем економічних, соціальних, політичних, культурних і моральних рис, які ґрунтуються на ідеях лібералізму та спільно з державою утворюють розвинуті правові відносини. Таким суспільствам властиві: динамічність, пластичність щодо найрізноманітніших змін і впливів, здатність легко пристосовуватись до обставин зовнішнього середовища, раціональне осягнення світу, критицизм, дух творчості та індивідуальної ініціативи.

Технократична типологія суспільств набула популярності у др. пол. ХХ ст. і окреслює такі типи суспільств: традиційне, або доіндустріальне; індустріальне; постіндустріальне, або інформаційне суспільство.

Традиційні, або доіндустріальні суспільства охарактеризував Фердинанд Тьонніс у праці «Спільнота та суспільство», яка вперше вийшла друком у 1887 році. Треба відзначити, що творчості Ф.Тьонніса взагалі важко дати однозначну світоглядну специфікацію, оскільки їй притаманні і риси позитивістсько-еволюціоністської соціології, і психологізм, і певне гуманістично-антропологічне спрямування, і схильність до т.з. «чистих», абстрактних форм. До того ж, притаманна його працям імпресіоністична манера викладу ускладнює справу операціоналізації вживаних ним понять. Проте, вчений аргументує свої висновки, звертаючись до історичного матеріалу, відтворює соціально-психологічну атмосферу, яка домінує в певних спільнотах і прагне осмислити напружене протистояння і взаємопроникнення двох начал людського співжиття – «природного», традиціоналістського і новаційного, культурно-раціонального. «Я не знаю жодного стану культури чи суспільства, де не були б одночасно присутні елементи спільноти й елементи суспільства», – підкреслював вчений. Його концепція

«неодномірності» світу соціальних відносин і зв'язків являла собою значний внесок у розробку соціологічної науки. По суті, його оцінка виявилась правильною і їй судилося знайти своє втілення у соціальній практиці ХХ ст. Ф. Тьонніс підготував ґрунт для того, щоб перенести згадану проблематику з площини філософської на емпірико-аналітичну. Тьоннісівське поняття гемайншафту багато в чому близьке до понять «первинної групи» та спільноти («community»), які дещо пізніше обґрунтовані в американській емпіричній соціології (Ч. Кулі, В. Томас, Р. Парк).

Традиційне, або доіндустріальне суспільство («спільнота») – це суспільство, яке ґрунтувалось на сільськогосподарській цивілізації й технологічну основу якого становила ручна праця. В аграрній економіці господарська діяльність була пов'язана переважно з виробництвом достатньої кількості продуктів харчування, а обмежуючим фактором була доступність родючої землі.

Характерні особливості традиційного суспільства:

- Природний розподіл і спеціалізація праці (переважно за статеву-віковою ознакою)
- Персоналізація міжособистісного спілкування (безпосереднє спілкування індивідів, а не посадових або статусних осіб)
- Неформальне регулювання взаємодій (нормами неписаних законів і моральності)
- Пов'язаність членів відносинами родства («сімейний» тип організації спільноти)
- Примітивна система управління спільнотою (правління старійшин, спадкоємна влада).

Індустріальне суспільство

Індустріальне суспільство (складноструктуроване «механічне» співтовариство) – це суспільство, яке ґрунтується на індустріальній цивілізації й технологічну основу якого становить машинна праця. Рівень розвитку суспільства визначається рівнем розвитку промисловості (індустрії). В індустріальній економіці господарська діяльність пов'язана переважно з

СОЦІОЛОГІЯ

виробництвом товарів, а обмежуючим фактором найчастіше виступає капітал.

Характерні особливості індустріального суспільства:

– Статусно-рольовий характер взаємодій (очікування і поведінка людини визначаються суспільним статусом і соціальними функціями індивідів).

– Розвиток глибокого поділу праці (на професійно-кваліфікаційній основі, пов

– Формальна система регулювання відносин (на основі писаного права: законів, договорів і т.ін.)

– Складна система соціального управління (виокремлення інститута та спеціальних органів управління: територіального, господарського, політичного, самоуправління)

– Секуляризація релігії (відокремлення релігії від системи управління)

– Становлення різноманітних соціальних інститутів (самовідтворюючихся систем особливих відносин, які дозволяють забезпечувати суспільний контроль, захист своїх членів, виробництво, розподіл благ, спілкування).

Постіндустріальне суспільство розглядають концепції сучасної футурології, що досліджують перспективи соціальних процесів і розробляють прогнози щодо майбутнього розвитку людства. Концепції постіндустріального суспільства ґрунтуються на положеннях індустріалізму, згідно яких розвиток кожного суспільства визначається рівнем розвитку промисловості (індустрії). Наука і техніка вважається вирішальним фактором соціальних змін, а величина валового національного продукту – узагальненим показником розвитку суспільства.

Постіндустріальне суспільство вчені ототожнюють із «стратегічним пристосуванням» до нової постмодерністської культури і цивілізації, які формувались у результаті глобальної трансформації соціального світу. Ця трансформація охоплює не одну національну систему, а все глобальне суспільство. Завдяки певним новаціям, які виступають рушіями в радикальній соціальній перебудові, футурологи окреслили безліч орієнтирів (концептуальних і прогностичних моделей) постіндустріального

розвитку суспільства, які тією чи іншою мірою можуть визначати стиль життя майбутнього людства:

- посткапіталістичне суспільство: *Р.Дарендорф*
- нове індустріальне суспільство: *К.Керр, Д.Гелбрейт*
- просунене індустріальне суспільство: *Г.Маркузе*
- індустріальне суспільство у фазі зрілості: *Р.Адорно*
- постіндустріальне суспільство: *Д.Белл, В.Феркіс*
- постсучасне суспільство: *А.Етціоні*
- постцивілізаційне суспільство: *К.Болдінг*
- технотронне суспільство: *З.Бжезинський*
- технократичне суспільство: *Т.Веблен, Т.Скотт*
- організаційне суспільство: *Д.Бернхем, М.Берн, П.Дракер, А.Фріш*
- надіндустріальне суспільство: *Е.Тоффлер*
- інформаційне суспільство: *Е.Тоффлер, Д.Найсбіт, І.Масуда.*

Термін «*постіндустріальне суспільство*» ввів у науковий обіг американський соціолог *Д.Рісмен* у 60-х роках ХХ ст. А значного поширення термін набув з виходом однойменної праці *Д.Белла* у 1973 році.

Деніел Белл (1919-2011) – американський соціолог і публіцист, прихильник **ліберального напрямку постіндустріального розвитку**, засновник теорії постіндустріального суспільства. Вважав, що визначальними факторами такого суспільства є теоретичні знання і «кібернетична революція», що зумовлюють технологічне зростання та є організуючим джерелом соціального розвитку.

Основні компонентами його прогностичної моделі майбутнього суспільства:

- перехід від виробництва товарів до виробництва послуг;
- перевага класу професійних спеціалістів й технологів;
- контроль над технологіями і технологічними оцінками діяльності;
- домінування теоретичного знання як джерела нововведень та визначення суспільної політики;

СОЦІОЛОГІЯ

– створення нової «інтелектуальної» технології, пов'язаної з ЕОМ.

Науково-технічні інновації Д.Белл вважав рушійною силою розвитку соціуму, котрий спрямовується до «відкритого суспільства».

Прихильником **ліберального** **напрям** **постіндустріального розвитку** був також американський соціолог та економіст **Джон Гелбрейт** (1908-2006), («Суспільство достатку», 1958; «Нова індустріальна держава», 1967; «Економічна теорія та мета суспільства», 1973). Нове індустріальне суспільство Дж.Гелбрейт характеризував реально здійсненим переходом до технократії – влади техноструктури.

Інший напрям постіндустріального розвитку – радикальний – презентує французький соціолог **Ален Турен** (1925 р.н.), («Постіндустріальне суспільство», 1973; «Критика модерніті», 1993; «Що таке демократія?», 1994; «Чи здатні ми жити разом?», 1997). Постіндустріальне «програмуєме» суспільство А.Турен характеризує як суспільство, що визначається не економічними, а соціально-політичними і культурними детермінантами, коли інформація і знання визначають розвиток економіки. Вчений висуває протест як примітивним формам масового суспільства, так і організованому насильству з боку держави.

Прихильник **радикальної футурологічної концепції постіндустріального розвитку** американський письменник, публіцист, футуролог **Елвін Тоффлер** (1928 р.н.), («Шок майбутнього», 1970; «Третя хвиля», 1980).

Наукова концепція Е.Тоффлера базується на ідеї трьох хвиль-типів суспільства, які поступово змінюють одна одну. Перша хвиля – результат аграрної революції – змінила культуру мисливців і збирачів. Друга хвиля – результат індустріальної революції – характеризується нуклеарним типом сім'ї, конвейерною системою освіти й корпоративізмом. Третя хвиля – результат інтелектуальної революції – і є постіндустріальним суспільством, що характеризується різноманіттям субкультур і стилів життя. Використання інформаційних технологій надає небувалого динамізму і різноманітності усім процесам, що

відбуваються у суспільстві. Інформація може замінити величезну кількість матеріальних ресурсів і стає основним матеріалом для працівників, об'єднаних в асоціації. Прискорення соціальних і технологічних змін створює все більше складностей для адаптації і виявляє шоківу дію на суспільство і особу. Кризу, яку переживає суспільство, Е.Тоффлер пояснює переходом до нової цивілізації – «третьої хвилі». Аналіз майбутнього здійснює на основі «інформаційного редукаціонізму» – переходу від індустріалізму до нової «постіндустріальної цивілізації» з перевагою інформаційних технологій і на основі комп'ютерної революції. Цей перехід повинен супроводжуватись інноваціями способу виробництва, способу життя та культури, що вирішують основні глобальні проблеми.

Індустріальне суспільство	Суперіндустріальне суспільство
1. Більшість людей хочуть одного й того ж самого від життя, і для більшості з них економічний успіх є головною метою. Тому мотивувати їх слід посередництвом економічної винагороди.	1. Основні базові потреби людей задоволені, кожен хоче одержати від життя своє, тому лише економічна винагорода не є достатньою для мотивації.
2. Вважається, що чим більшою є компанія, тим кращою, сильнішою, прибутковішою вона буде.	2. Існують обмеження в розмірах як для корпорації
3. Праця, сировина і капітал, а не земля (як в доіндустріальну епоху) суть головні фактори виробництва.	3. Інформація так само, а можливо, і більш важлива, ніж земля, праця, капітал, сировина.
4. Виробництво стандартизованих товарів і послуг є більш ефективним, ніж штучне ручне виробництво, в якому кожна одиниця продукту є унікальною.	4. Масове стандартизоване виробництво замінюється новою системою індивідуального виробництва, в основі якого лежить не ручна, а розумова праця, та яке базується на інформатиці і супертехнології. Кінцевим продуктом такого виробництва є не мільйони ідентичних стандартизованих товарів, а індивідуальні продукти споживання і послуги.
5. Найбільш ефективною є бюрократична організація, в рамках якої кожна її частина має незмінну, ясно визначену роль в ієрархії. В результаті організаційна машина оптимально пристосована для	5. Найкращий спосіб організації - не бюрократія, а адхократія (ситуативна організація, що створюється для вирішення конкретних завдань), в якій кожна з організаційних компонент являється

СОЦІОЛОГІЯ

виробництва стандартних рішень	вільним модулем, взаємодіє з іншими компонентами організації не лише по вертикалі, але й по горизонталі. Рішення, які приймаються адхократією, так само як і товари і послуги, дестандартизовані.
6. Технологічний рух спрямований на стандартизацію виробництва і сприяє "прогресу".	6. Розвиток технології не обов'язково несе з собою "прогрес", і більш того, якщо цей розвиток не поставлений під уважний контроль, він може зруйнувати вже досягнене.
7. Робота для більшості людей повинна бути рутинною, повторюючою і стандартизованою	7. Робота для більшості людей повинна бути варіативною, не повторюваною і відповідальною, такою, що вимагає від індивіда здатності до свободи в діях, оцінках і судженнях.

Суспільство – особливий, надзвичайно складний вид організації соціального життя. Воно включає в себе всю багатоманітність стійких соціальних взаємозв'язків і взаємодій, всі інститути та спільноти, що локалізовані в рамках конкретних державно-територіальних кордонів.

Характерними ознаками суспільства є: спільна територія, яка становить основу соціального простору, де проживають і взаємодіють індивіди; універсальність, тобто різнобічний і всеосяжний характер; цілісність, сталість; здатність до саморегуляції й саморозвитку, самодостатність і автономність; певний рівень розвитку культури з усталеною загальноприйнятою системою норм та цінностей, які складають основу соціальних зв'язків; інтегративність, завдяки якій суспільство соціалізує кожну людину, кожне покоління людей, залучаючи їх до соціального життя.

Характерні ознаки суспільства дозволяють трактувати його як найзагальнішу систему взаємозв'язків і взаємовідносин між людьми, соціальними групами, спільнотами та соціальними інститутами. Суспільство як система є сукупністю усіх форм об'єднання людей та способів їх взаємодії, в яких знаходить прояв їхня всебічна взаємозалежність і які склались історично, мають спільну територію, загальні культурні цінності й соціальні

норми, а також характеризуються соціокультурною ідентичністю її членів.

На підставі провідних форм людської життєдіяльності у суспільстві визначають певні сфери суспільного життя: матеріально-виробничу (економічну), соціально-політичну, духовну, культурно-побутову. Всі сфери суспільного життя тісно взаємопов'язані, тому їх треба розглядати лише в єдності.

Передумовою соціального розвитку суспільства є соціальні зміни – перетворення в організації суспільства, що відбуваються впродовж деякого часу у соціальних спільнотах, групах, інститутах, організаціях, з яких складається суспільство, в їхніх взаємостосунках одне з одним, у зразках поведінки і мислення, у моделях культури. Джерелами соціальних змін є відкриття, винаходи, інновації. Зміни на мікрорівні – передбачають зміни соціальних ролей і статусів індивідів. Зміни на макрорівні – передбачають перетворення в суспільстві взагалі, його структурах та інституціях.

Основні парадигми розвитку суспільства: класична/лінійна – формаційний підхід/марксистська концепція; технологічний підхід; некласична/нелінійна – культурологічний та цивілізаційний підхід/ концепції множинності цивілізацій і культурно-історичних типів як самодостатніх утворень.

Найбільш уживані та поширені класичні типології суспільств світу: марксистська (формаційний підхід), історична; типологія суспільств світу за політичними режимами; технократична.

Запитання для самоконтролю знань

1. У чому полягає сутність поняття «суспільство»? Чому людина не може існувати поза суспільством?
2. Наведіть визначення суспільства та його характерні ознаки.
3. У чому полягає сутність системного підходу до вивчення суспільства?
4. Поняття суспільства як цілісної системи суспільних зв'язків, соціальної взаємодії, соціальних відносин. Основні елементи суспільної системи.

СОЦІОЛОГІЯ

5. Поняття і типи соціальних змін. Циклічні та лінійні теорії соціальних змін.

6. Соціальні процеси: сутність та різновиди.

7. Прогрес і регрес соціального розвитку. Чи існують закони та закономірності в розвитку суспільства? Якщо так, то які?

8. Типологія суспільств. Характеристика основних типів. Суспільства «першого», «другого» і «третього світу». До якого типу суспільства ви віднесли б сучасну Україну?

9. Зазначте основні риси традиційного, індустріального, постіндустріального (інформаційного) суспільства. Внесіть їх у таблицю

Традиційне	Індустріальн	Інформаційне

10. Модернізація, її сутність та види. В чому суть органічної та неорганічної модернізації?

Список використаної та рекомендованої літератури

Основна:

1. Гіденс Е. Соціологія. – К.: Основи, 1999. – 726 с.

2. Горлач Н., Кремень В., Волович В., Жиленкова І., Романенко М., Сюй Цюань Яо. Соціологія: Підручник. – К.: ЦНЛ, 2019. – 808 с.

3. Кузьменко Т.М. Соціологія: Навч посібник. – К.: ЦНЛ, 2019. – 320 с.

4. Піча В. М. Соціологія: загальний курс. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України. – К.: “Каравела”, 2000. – 410 с.

5. Примуш М.В. Загальна соціологія: Навчальний посібник. – К.:ВД “Професіонал”, 2014. – 592 с.

6. Павліченко П. П., Литвиненко Д. А. Соціологія. Навчальний посібник. – К.: Лібра, 2014. – 459 с.

7. Соціологія: Підручник / За загальн. ред. проф. В. П. Андрущенко, М. І. Горлача. - Харків – Київ: Основи, 1998. – 680 с.

8. Соціологія: Підр. для студ. вищ. навч. закладів / За ред В.Г. Городяненка – К.: Вид. центр “Академія”, 2002. – 560 с.

9. Танчин І.З. Соціологія: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2007. – 351 с.

10. Черниш Н. Соціологія: Підручник. – К.: Знання, 2009. – 468 с.

Додаткова:

1. Бурлачук В. Ще раз стосовно питання: „Що таке суспільство” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – № 1. – С. 5-19.

2. Генів Н. Східна Європа як лабораторія соціальних наук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2011. – № 2. – С. 12-36.

3. Дерлуг'ян Г. Соціальна еволюція людства: західний і радянський модернізаційні досвіди // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2018. – № 2. – С. 165-184.

4. Злобина Е. Особенности нормативной регуляции украинского социума // Украинское общество в европейском пространстве / Под ред. Е. Головахи, С. Макеева. – Киев–Харьков, 2007. – С. 205-225.

5. Кутуєв П. Соціальна реальність і трансформації ХХ ст.: між концепціями та утопіями // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2012. – № 3. – С. 68-76.

6. Макеев С., Оксамитна С. Вступ: визначати стан суспільства і давати йому ім'я // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2016. – № 4. – С. 201-210.

7. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. праць. – Харків.: ХНУ, 2001. – 569 с.

8. Система социологического знания / Сост. Г.В. Щекин. – К.: МАУП, 2001. – 348 с.

9. Соціологія: короткий енциклопедичний словник/За ред. В.І. Воловича. – К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998. – 736 с.

10. Стан сучасного українського суспільства: цивілізаційний вимір. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. – 198 с.

Т Е М А 3. СОЦІАЛЬНІ ІНСТИТУТИ

- 3.1. Поняття соціального інституту
- 3.2. Типологія соціальних інститутів
- 3.3. Функції соціальних інститутів

3.1. Поняття соціального інституту

Суспільство є досить складним інтегративним, функціональним утворенням. Для суспільства як складної організованої системи життєвоважливо закріпити певні типи соціальних взаємодій, зробити їх узгодженими, доцільними, щоб вони відбувалися за певними правилами, були обов'язковими для соціальних спільнот, соціальних організацій, соціальних груп.

Цій меті мають служити такі елементи суспільства, як соціальні інститути, що дають змогу створити міцну і стійку систему відносин між людьми у складному суспільному середовищі, сформувані соціальний порядок, необхідний для задоволення основних потреб соціальних груп: забезпечення матеріальними ресурсами, соціальними благами, цінностями культури тощо.

Поняття «соціальний інститут» належить до наукових термінів, які широко використовуються майже в усіх галузях суспільствознавства. Дане поняття соціологія запозичила у юриспруденції, де його використовували для характеристики окремого комплексу юридичних норм, що регулюють соціально-правові відносини в певній предметній сфері. Предметне поле поняття «інститут» у соціології, на відміну від економіки або права, де його зміст обмежується сукупністю норм чи правил – охоплює широкий діапазон суспільних утворень. Як наслідок, існує досить велика кількість визначень, за якими до інститутів можуть бути віднесені різні за змістом і призначенням соціальні явища.

Соціальний інститут (від лат. institutum – заклад, установа, устрій) – сталий механізм самоорганізації спільного соціального життя людей, орган управління ними.

Інститут соціальний – форма організації і засіб здійснення спільної діяльності людей, що забезпечує стабільне функціонування суспільних відносин.

У соціології соціальний інститут розглядається як:

– певна сукупність установ, які відповідають соціальній структурі суспільства;

– сукупність соціальних норм і культурних зразків, які визначають сталі форми соціальної поведінки і дії;

– систему поведінки відповідно до цих норм.

Найзагальніше поняття «соціальний інститут» виражає ідею організованості, упорядкування суспільного життя. До вивчення цього феномену соціологія вдавалася з часу становлення її як науки.

Інституційний аспект функціонування соціуму є традиційною сферою інтересів соціологічної науки. Він знаходився в полі зору мислителів, з іменами яких пов'язують її становлення (О. Конт, Г. Спенсер, Е. Дюркгейм, М. Вебер та ін.). Інституційний підхід О. Конта до вивчення соціальних явищ випливав з філософії позитивного методу, коли одним з об'єктів аналізу соціолога виступав механізм забезпечення в суспільстві солідарності і згоди. «Для нової філософії порядок завжди становить умову прогресу і назад, прогрес є необхідною метою порядку»¹. О. Конт розглядав основні соціальні інститути (сім'ю, державу, релігію) з позицій їх включення в процеси соціальної інтеграції та виконуваних при цьому функцій. Протиставивши за функціональними характеристиками і природою зв'язків сімейну асоціацію і політичну організацію, він виступив теоретичним попередником концепцій діхотомізації соціальної структури Ф. Тенісу і Е. Дюркгейма («механічний» і «органічний» типи солідарності). Соціальна статика О. Конта спиралася на положення про те, що інститути, вірування і моральні цінності

¹ Конт О. Курс положительной философии. СПб., 2009.

СОЦІОЛОГІЯ

суспільства функціонально взаємопов'язані і пояснення будь-якого соціального явища в цій цілісності передбачає перебування і опис закономірностей його взаємодії з іншими явищами. Метод О. Конта, його звернення до аналізу найважливіших соціальних інститутів, їх функцій, структури суспільства мали значний вплив на подальший розвиток соціологічної думки.

Своє продовження інституційний підхід до дослідження суспільних явищ отримав в працях англійського соціолога ХІХ в. Г. Спенсера. Він першим запропонував термін «соціальний інститут», вивчив і описав 6 типів соціальних інститутів: промисловий, професійний, політичний, обрядовий, церковний, домашній. Розгляд соціальних інститутів у функціональному ключі продовжив Е. Дюркгейм, дотримувався ідеї про позитивність громадських інститутів, які виступають найважливішим засобом самореалізації людини. Е. Дюркгейм висловився за створення особливих інститутів підтримки солідарності в умовах поділу праці - професійних корпорацій. Він стверджував, що корпорації, невиправдано вважаються анахронізмом, насправді корисні і сучасні. Корпораціями Е. Дюркгейм називав інститути типу професійних організацій, що включають роботодавців і працівників, що стоять досить близько один до одного, щоб бути для кожного школою дисципліни і початком, що володіє престижем і владою². Велика увага розгляду ряду соціальних інститутів приділяв К. Маркс, який аналізував інститут майората, поділ праці, інститути родового ладу, приватної власності і т.п. Він розумів інститути як історично сформовані, обумовлені соціальними, перш за все виробничими, відносинами форми організації і регулювання соціальної діяльності³. М. Вебер вважав, що соціальні інститути (держава, релігія, право і т.п.) повинні «вивчатися соціологією в тій формі, в якій вони стають значущими для окремих індивідів, в якій останні реально орієнтуються на них в своїх діях». Так,

² Durkheim E. Les formes elementaires de la vie religieuse. Le systeme totemique en Australie. Paris, 1960.

³ История социологии в Западной Европе и США. М., 1993.

обговорюючи питання про раціональність суспільства промислового капіталізму, він на інституціональному рівні розглянув її (раціональність) як продукт відділення індивіда від засобів виробництва. За М. Вебером, органічним інституціональним елементом такої соціальної системи виступає капіталістичне підприємство як гарант економічних можливостей індивіда, що перетворюється тим самим в компонент раціонально організованого суспільства. Класичним прикладом можна назвати аналіз М. Вебером інституту бюрократії як типу легального панування, обумовленого перш за все цілераціональними міркуваннями. Бюрократичний механізм управління постає при цьому як сучасного типу адміністрації, який виступає соціальним еквівалентом індустріальних форм праці і «так відноситься до попередніх форм адміністрації, як машинне виробництво до домашнього»⁴. Можна зробити висновок, що соціальні інститути - історично сформовані стійкі форми організації спільної діяльності людей, які спричиняють життєздатність будь-якого суспільства в цілому. Вони утворюються на основі соціальних зв'язків, взаємодій і відносин індивідів, соціальних груп і спільнот, проте їх не можна зводити до суми цих осіб та їх взаємодій.

Соціальні інститути носять надіндивідуальний характер і являють собою самостійні громадські утворення, що мають власну логіку розвитку. Вони включають в себе системи цінностей, ідеалів, зразків діяльності і поведінки, обов'язкових для всіх, тим самим гарантують подібне поводження людей і направляють в русло їхні визначені прагнення, установлюють способи задоволення їхніх потреб, дозволяють конфлікти, що виникають у повсякденному житті, забезпечують стан рівноваги і стабільності в рамках тієї або іншої соціальної спільноти і суспільства в цілому. Соціальний інститут - стійка форма організації суспільного життя і спільної діяльності людей, що включає в себе нормативно регульовану сукупність осіб і

⁴Weber M. Essays on sociology. New York, 1964.

СОЦІОЛОГІЯ

установ, наділених владою і матеріальними засобами для здійснення соціальних функцій, управління і владарювання.

Логічним продовженням і розвитком позитивістських і функціоналістських побудов О. Конта, Г. Спенсера, Е. Дюркгейма став структурно-функціональний аналіз Т. Парсонса і його послідовників. У школі структурно-функціонального аналізу поняття соціального інституту належить одна з провідних ролей. Т. Парсонс будує концептуальну модель суспільства, розуміючи його як систему соціальних відносин і соціальних інститутів⁵. У загальній теорії соціальні інститути виступають і в якості особливих ціннісно-нормативних комплексів, що регулюють поведінку індивідів, і як стійких конфігурацій, що утворюють статусно-рольову структуру суспільства. Інституційній структурі соціуму тут відведена найважливіше значення, оскільки саме вона покликана забезпечити соціальний порядок у суспільстві і його стабільність.

Представник економічної гілки інституціонального напрямку Т. Веблен визначає соціальні інститути як різні звичаї, що переважають стереотипи мислення, способи і методи діяльності, укорінені в свідомості людей. Еволюція соціальних інститутів і природи людини відбувається як природний відбір найбільш пристосованого способу мислення і типу поведінки.

Розглядаючи найпоширеніші визначення соціальних інститутів, польський соціолог М. Маліковський виокремив п'ять типів дефініцій⁶. Перший тип, умовно названий ним «біхевіористським», охоплює визначення, в яких інститут тлумачиться як усталений, організований спосіб дії, що регулярно відтворюється у повсякденній життєдіяльності людей (Р. Маківер, Р. Берштедт).

Другий тип акцентує увагу на засобах організації дії: зразках і правилах поведінки (В. Томас, Ф. Знанецький). Певні уточнення до такого типу дефініцій вносить Т. Парсонс,

⁵ . Parsons P. Essays on sociological theory.- N.-Y., 1964. – P. 231-232.

⁶ Матусевич В. Соціальний інститут: функція, генезис, структура // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 43-44.

зосереджуючись на тих зразках, які у суспільстві вважають належними, законними, очікуваними, тобто такими, що набули нормативного статусу. Близьким до наведеного є визначення і Т. Ньюкомба⁷. На його думку, інститут — це не будь-які зразки поведінки, а лише такі, що концентруються довкола головних визнаних суспільством цінностей. З огляду на таю доповнення розглянутий тип визначень дістав назву аксіологічно-нормативного.

Віднесені до третього типу дефініції окреслюють інститут як соціальну роль, особливо важливу для існування спільноти. Вони беруть до уваги таку невід'ємну характеристику соціальної ролі, як спрямованість на виконання певних соціальних функцій. З огляду на це такий тип визначень називають функціональним.

Визначення, віднесені до четвертого типу, трактують інститут як об'єднання, групи людей, покликаних до реалізації більш-менш чітко окреслених цілей і забезпечених для цього необхідними засобами. Зважаючи на схожість такого розуміння інституту з поняттям формальної організації цей тип визначень було названо організаційним.

Щодо п'ятого типу дефініцій, то тут соціальні інститути визначаються, як суспільні утворення, покликані до життя і санкціоновані державою, забезпечені нею необхідними засобами, зокрема й нормативними. Такі утворення – державні установи, чие призначення – втілення у суспільну практику нормативних вимог, підтримка їх від імені держави, здійснення контролю за їх дотриманням і, в разі потреби, застосування відповідних санкцій. Цей спосіб визначення інституту М. Маліковський назвав правовим.

Наведені вище визначення, як бачимо, суттєво різняться одне від одного як за змістом, так і за теоретико-методологічними орієнтаціями, в контексті яких вони склались. Але кожний з них відображає свій аспект інституту як суспільного утворення, фіксуючи його в тих формах вияву, які

⁷ Hamilton W. Institution // Encyclopedia of social sciences. New York, 2001 Vol. 8.

СОЦІОЛОГІЯ

становлять предмет певного напрямку досліджень, атому сприймаються, аналізуються й описуються у відповідних цьому напрямках термінах.

Сам М. Маліковський, враховуючи напрацювання інших вчених, запропонував комплексний підхід до визначення соціального інституту. Зокрема, інститут він визначив як цілеспрямовано організоване або спонтанно сформоване суспільне утворення, наділене матеріальними і нематеріальними засобами діяльності, спираючись на які воно виконує спеціальні дії, що забезпечують інтеграцію людських намагань, регуляцію поведінки та задоволення певних суспільних потреб⁸.

Аналіз вище розглянутих підходів до визначення поняття «соціальний інститут» дає можливість стверджувати, що соціальний інститут, з одного боку, це сукупність нормативно-ціннісно обумовлених ролей та статусів, призначених для задоволення конкретних соціальних потреб, а з іншого – соціальне утворення, створене для використання ресурсів суспільства у формі взаємодії для задоволення цих потреб.

Ще раз підкреслимо, що соціальний інститут (від лат. institution – організація, лад) – це форма закріплення і форма здійснення спеціалізованої діяльності, яка забезпечує стабільне функціонування суспільних відносин. Соціальний інститут – це певним чином організована, стандартизована і узгоджена форма суспільних відносин, орієнтована на задоволення соціально значимих потреб.

Соціальні інститути створюють можливість для задоволення істотних потреб всіх соціальних суб'єктів тим способом і в тому обсязі, які вважаються суспільством оптимальними і санкціонуються ним. Вони гарантують виконання необхідних функцій і виключення небажаних з точки зору суспільства форм соціальної поведінки, сприяючи безперервності та спадковості соціального життя. Соціальні інститути забезпечують інтеграцію і координацію дій соціальних суб'єктів, створюючи внутрішню стабільність соціального простору. Інститутом є сім'я, система

⁸ Матусевич В. Соціальний інститут: функція, генезис, структура // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 4. — С. 43-44.

освіти, політика, культура, релігія. Завдяки соціальним інститутам здійснюється і соціалізація індивідів, забезпечується послідовність у використанні культурних цінностей, передачі навичок і норм соціальної поведінки. Тому соціальний інститут – це стійка форма організації спільної діяльності людей, яка склалися історично.

Соціальні зв'язки, які є основою соціальних інститутів, називаються інституціональними. Процес організації та регулювання суспільного життя, впорядкування, формалізації та стандартизації суспільних зв'язків і відносин називається інституціоналізацією. Інакше кажучи, інституціоналізація – є процесом виникнення, становлення, розвитку та історичних змін соціальних інститутів.

Для здійснення інституціоналізації необхідні такі умови:

1. Відповідна соціальна потреба. Інститути покликані організовувати сумісну діяльність людей з метою задоволення тих чи інших соціальних потреб. Їх задоволення можливе лише у процесі соціальної взаємодії. Якщо така потреба стає незначною або зникає зовсім, тоді існування соціального інституту стає неактуальним.

Відомий дослідник Г. Ленські визначив ключові соціальні потреби, які породжують процеси інституціоналізації⁹:

- потреба комунікації (мова, освіта, зв'язок);
- потреба у виробництві продуктів і послуг;
- потреба у розподілі благ і привілеїв;
- потреба безпеки громадян, захисту їх життя і благополуччя;
- потреба у підтримці системи нерівності (розміщення соціальних груп за позиціями, статусами тощо);
- потреба у соціальному контролі за поведінкою членів суспільства (релігія, мораль, право).

⁹ Lenski G.E. Power and Privilege. A Theory of Social Stratification [Electronic resource] / G. E. Lenski. — N.-Y. ; St. Louis ; San Francisco ; Toronto ; London ; Sydney : Book Company, 1966. — Access mode : https://books.google.co.uk/books?id=UySGOjdd-XkC&pg=PR3&hl=ru&source=gsb_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false.

СОЦІОЛОГІЯ

2. Соціальний інститут утворюється на основі соціальних зв'язків, взаємодії та відносин конкретних осіб, індивідів, соціальних груп. Однак, він не може бути зведений до суми цих осіб та їх взаємодії. Соціальні інститути мають надіндивідуальний характер, являють собою самостійне суспільне утворення, яке має логіку розвитку.

3. Кожний соціальний інститут має свою систему цінностей та правил, які визначають мету його діяльності і її норми дозволяють, пропонують або забороняють певні види поведінки, що робить дії людей доцільними та корисними. З цієї точки зору інституціоналізація - це прийняття індивідом, групою норм та зразків поведінки, що регулюють різні аспекти людської діяльності, сприяють задоволенню потреб, прийнятній поведінці. Наприклад, для первісного людського стада був характерний проміскуїтет – неупорядковані, нестабільні статеві стосунки. Поступово вони були обмежені заборонами, зокрема заборонаю кровозмішення. Пізніше з'явилися й інші норми. Люди не змогли б вижити, не організувавши свої відносини з допомогою норм. Так зародився найдавніший соціальний інститут - інститут сім'ї.

4. Наявність необхідних матеріальних, фінансових, трудових, організаційних ресурсів, які суспільство повинно стабільно поповнювати шляхом капіталовкладень у них та підготовкою кадрів.

Зворотній процес, що буде характеризувати занепад певного інституту, наприклад сім'ї, зниження його авторитету, називається інституційна криза. Причиною кризи є нездатність даного інституту ефективно виконувати свої головні функції, наприклад, освіти – навчати дітей, медицини – лікувати людей. Інституційні норми при цьому існують, вони проголошені але суспільством недотримуються. Наслідок такої кризи – перерозподіл функцій. Кризи відбуваються постійно, вони представляють собою звичайний стан інституту. Криза інститутів проявляється в зниженні до них рівня довіри зі сторони населення. Криза вказує на неполадки, що виникли у механізмі функціонування інституту, і допомагає позбутися їх, а в результаті краще пристосуватись до реальності. Без кризи не може і розвитку інституту. Так, наприклад, інститут освіти в

США тричі переживав серйозні кризи — в 60-ті, 70-ті і у 80-ті роки ХХ ст., коли країна намагалася наздогнати рівень розвитку освіти спочатку СРСР, а потім Японії та підвищити рівень академічних знань школярів. США і сьогодні не досягли поставленої мети. Однак багато чого домоглись на цьому шляху і сьогодні американська освіта вважається престижною¹⁰.

У процесі інституціалізації складаються основні структурні ознаки, що характеризують соціальні інститути в сучасному суспільстві. Вони охоплюють:

- певну сферу діяльності та суспільних відносин;
- установи для організації спільної діяльності людей, уповноважених виконувати соціальні, організаційні, управлінські ролі та функції;
- наявність специфічних соціальних норм та приписів, що регулюють поведінку людей у межах соціального інституту;
- наявність матеріальних засобів (громадські будинки, фінанси, обладнання), за допомогою яких досягаються цілі інституту.

Соціальні інститути закріплені в усіх сферах нашого життя, вони регулюють усі види нашої діяльності.

Труднощі щодо визначення соціальних інститутів полягають у тому, що цей термін у широкому розумінні можна застосувати до всіх без винятку видів соціальної поведінки, а у вузькому значенні – до тих із них, які явно та ефективно санкціоновані суспільством.

За Е. Дюркгеймом соціальні інститути – «кристалізовані способи дії», мислення та почуття, сталі для певної групи, обов'язкові для неї, такі, що відрізняють її від інших. Наполягаючи на примусовому характері, він розглядав соціальні інститути як синонім будь-якої соціальної регуляції: все соціальне - інституціонально, а інститут – інструмент соціального примусу¹¹.

¹⁰ Коржевська Н. Социальный институт как общественное явление (социологический аспект). – Свердловск, 1983. – С. 3-11.

¹¹ Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Одесса, 1990.

СОЦІОЛОГІЯ

За П. Бергером¹², соціальні інститути змушують людей йти визначеними шляхами, які суспільство вважає бажаними. Це вдається, тому що люди переконуються: ці шляхи – єдиноможливі. В межах інституту поведінка людини стає передбачуваною за своїми орієнтаціями та формами здійснення. Навіть у випадках порушення або певної варіації рольової поведінки основною цінністю інституту залишаються саме нормативні межі.

Поняття соціальний інститут - одне із базових у соціології.

Інститут – стійкий комплекс формальних і неформальних правил, принципів, норм, установок, що регулюють різні сфери людської діяльності та організують їх у систему ролей і статусів.

Соціальний інститут:

– виникає в процесі поділу суспільної праці і диференціації суспільних відносин;

– засіб здійснення спільної цілеспрямованої діяльності певних груп людей.

Гавриленко І.¹³ визначає соціальні інститути як стійкі утворення, які забезпечують відносну стабільність суспільних зв'язків, відносин і форм діяльності в межах суворої внутрішньої (соціальна структура в широкому значенні) та зовнішньої (міждержавний і міжнародний порядок) соціальної організації.

Це сукупність груп, установ і організацій, що розпоряджаються певними людськими, матеріальними та духовними ресурсами задля реалізації покладених на них функцій. Це є певним набором доцільно орієнтованих стереотипів поведінки відповідних осіб, груп чи суспільних структур у конкретно визначеній ситуації.

Соціальні інститути створюються та розвиваються століттями, вони безперервно удосконалюються разом із прогресивним рухом суспільства.

¹² Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Бергер П., Лукман Т.; [пер. с англ. Е. Руткевич]. – М.: «Медиум», 1995. 323 с.

¹³ Гавриленко І.М. Соціологія. Соціальна статика. - К., 2000.

Система соціальної регламентації тієї чи іншої сфери - соціальний інститут, формуються за наявності певних умов:

– в суспільстві повинна існувати та усвідомлюватися суспільна потреба в цьому інституті;

– суспільство повинно мати відповідні ресурси для забезпечення цієї потреби (матеріальні, трудові, організаційні) системою функцій, дій, індивідуальних цілепокладань, символами та нормами, які утворюють культурне середовище, на основі якого формується новий соціальний інститут.

Виникнення соціальних інститутів прямо детерміновано утворенням колективів, спільнот, груп. Це потреба всього соціуму, пов'язана з гарантіями безперервної соціального життя, з комунікацією, виробництвом продуктів і послуг, їх розподілом, з захистом громадян, їх розміщенням по соціальних позиціях, з підтримкою соціального порядку і згуртованістю соціальних груп. Оскільки інститути діють від імені суспільства як цілого, остільки вони є важливою формою соціальних зв'язків і в той же час інструментом їх формування. Їх можна вважати нормативними, так як зміст цих зв'язків встановлюється суспільством з метою задоволення потреб її членів. Структурно-функціоналістського та інституціоналістських трактування поняття «соціальний інститут» не вичерпують представлених в сучасній соціології підходів до його визначення. Мають місце і концепції, які спираються на методологічні основи феноменологічного або бихевиористського плану. Так, наприклад, У. Гамільтон пише: «Інститути - це словесний символ для кращого опису групи суспільних звичаїв. Вони означають постійний спосіб мислення або дії, який став звичкою для групи або звичаєм для народу. Світ звичаїв і звичок, до якого ми пристосовуємо наше життя, являє собою сплетіння і безперервну тканину соціальних інститутів»¹⁴. Більш змістовними автор вважає концепції, які спираються на комплексну характеристику соціального інституту і містять вказівки на різні аспекти його багатосторонньої сутності.

¹⁴ Hamilton W. Institution / W.Hamilton // Encyclopedia of the Social Sciences. – 1932. – vol.73.– №4. – P.560-595

СОЦІОЛОГІЯ

Під «динамікою соціальних інститутів» розуміють три взаємозв'язаних процеси: життєвий цикл інституту з моменту його появи та до зникнення; виконання ним своїх функцій, поява та переборення дисфункцій; еволюція інституту – виникнення нових і відмирання старих функцій.

В життєвому циклі інституту виділяють декілька стадій.

1 – виникнення потреби, задоволення якої вимагає сумісних організованих дій, регулювання спільних цілей;

2 – поява соціальних норм і правил в ході стихійної соціальної взаємодії, яка здійснюється методом проб і помилок;

3 – поява процедур, пов'язаних з нормами і правилами;

4 – інституціоналізація норм і правил, процедур, тобто їх прийняття, практичне застосування;

5 – встановлення системи санкцій для підтримки норм і правил, диференційованість їх застосування в окремих випадках;

6 – створення системи статусів і ролей, які охоплюють всіх без винятку членів інституту;

7 – період формалізації соціального інституту. Правила перестають бути засобами, що регулюють діяльність і стають самоціллю. В інституті починається панування правил. Це виникає через надмірне прагнення до акуратності та компетентності;

8 – період дезорганізації, коли інститут втрачає попередню гнучкість та життєздатність. Після цього інститут ліквідується або реорганізовується в новий.

Еволюцію соціальних інститутів можна прослідкувати на прикладі інституту сім'ї, який пройшов такі етапи як груповий шлюб, полігамія та моногамія. Історично змінювались ролі чоловіка та дружини, весільні обряди, методи виховання дітей та ін. Починаючи з середини ХІХ ст. майже у всіх краях світу спостерігаються загальні тенденції у зміні інституту сім'ї. Молоді люди отримують свободу у виборі шлюбного партнера і звільняються від контролю батьків. Розлучення стає більш легким. Зменшується кількість дітей у сім'ї. Сьогодні

проявляється більша терпимість до дошлюбного сексуального досвіду обох партнерів і т.д.

Окрім життєвого циклу інституту та його історичної еволюції, у поняття «динаміка інститутів» необхідно включати взаємодію інститутів, що може набувати самих різних форм, від співробітництва до конкуренції. Якщо інститут виробництва успішно здійснює свої функції, економіка процвітає, прибутки населення збільшуються, то із державного бюджету, більше, ніж раніше, надходить коштів на розвиток інших соціальних інститутів: освіти, науки, культури тощо. Але якщо освіта погано виконує свої функції готує працівників застарілої кваліфікації, то страждає виробництво, а через нього і всі інші, тісно пов'язані з ним інститути суспільства. І навпаки, якщо виробництво знаходиться в кризовому стані і прибутки держави знижуються, то в державній школі нічим заплатити зарплату вчителям, а учням не має за що купити підручники. Таким чином, економічна криза веде за собою кризу освіти. Обидві вони належать до інституційних криз.

Соціальний інститут є однією з основних категорій соціології.

3.2. Типологія соціальних інститутів

Якщо говорити про структуру соціальних інститутів, то вони найчастіше мають певний набір складових елементів, які виступають в більш-менш оформленому вигляді в залежності від типу інституту

За типом вирішуваних завдань соціальні інститути можна розділити на п'ять груп:

- 1) економічні, що займаються виробництвом і розподілом матеріальних благ, організацією праці і т. ін. (власність);
- 2) політичні, пов'язані із здійсненням функцій влади (влада, уряд, держава);
- 3) інститути стратифікації, які визначають розподіл позицій і людських ресурсів;
- 4) родинні інститути (сім'я, шлюб);

СОЦІОЛОГІЯ

5) культурні інститути, що пов'язані з релігійними звичаями, з науковою і художньою творчістю; організують відношення людей до релігії, культури та ін. (церква, мистецтво).

Р. Мілс розрізняв **головні інститути**¹⁵:

1) **економічний** — інститути, що організують господарську діяльність;

2) **політичний** — інститути влади;

3) **сімейний** — інститути, що регулюють статеві відносини, народження і соціалізацію дітей;

4) **військовий** — інститути, що організують законну спадщину;

5) **релігійний** — інститути, що організують колективне шанування богів.

Микола Шульга поділяв соціальні інститути на слаборесурсні та сильноресурсні.

Типи соціальних інститутів

Лютер Берnard	«зрілі» та «незрілі»
Броніслав Малиновський	«універсальні» і «партикулярні»
Лойд Баллард	«регулятивні» і «санкціоновані чи оперативні»
Френсис Чепін	«специфічні чи нуклеативні» і «основні чи дифузно-символічні»
Г. Барнз	«первинні», «вторинні» і «третинні»

В. Ільїн соціальні інститути поділяє на¹⁶:

– **інститути-суб'єкти** — це організації різного типу й масштабу (держава, партії, профспілки, асоціації, церква, фірми й т.д. Вони мають здатність діяти як надіндивідуальні суб'єкти, що прагнуть конструювати навколишній світ за своїми проектами);

¹⁵ Глотов М. Б. Социальный институт: определение, строение, классификация // Социологические исследования. – 2003. – № 10. – С. 13-19.

– **інститути-механізми** — це стійкі ціннісно-нормативні комплекси, що регулюють різні сфери життя людей (шлюб, родина, власність, капітал, релігія й т.д.).

Додатково можна назвати такі ознаки соціального інституту:

– **об’єктивність** (соціальний інститут існує незалежно від наших бажань);

– **примусовість** (обов’язковість);

– **моральний авторитет та легітимність** (соціальний інститут має користуватися довірою, авторитетом у громадськості);

– **історичність** (соціальний інститут повинен пройти певний шлях для виникнення і закріплення).

Конфуцій казав, що для успішного правління потрібно три речі: достатня кількість продовольчих ресурсів, вдосталь засобів захисту, а також довіра до влади. У крайньому випадку можна жертвувати будь-чим, але не довірою до влади. У нашій країні державним інституціям довіряють значно менше, аніж сім’ї чи співгромадянам.

Польський соціолог і професор Я. Щепанський¹⁷ вважає, що соціальні інститути є системами установ, в яких певні люди, обрані членами груп, отримують повноваження для виконання громадських і безособових функцій заради задоволення істотних індивідуальних і суспільних потреб і заради регулювання поведінки інших членів груп. Ян Щепанський до складових соціального інституту відносив:

- 1) ціль;
- 2) функції;
- 3) установи;
- 4) засоби досягнення мети;
- 5) соціальні санкції.

Соціальний інститут — стійкий комплекс **норм, правил та символів**, які регулюють певну сторону людської діяльності та організовують їх у систему **статусів та ролей**.

¹⁷ Щепанський Я. Элементарные понятия социологии. – М., 1969. – С. 96-97.

СОЦІОЛОГІЯ

До загальних ознак соціального інституту належать:

– виокремлення певного кола суб'єктів, що у процесі діяльності вступають у відносини, які набувають стійкого характеру;

– визначена (більш-менш формалізована) організація;

– наявність специфічних соціальних норм і приписів, що регулюють поведінку людей у межах соціального інституту;

– наявність соціально значущих функцій інституту, що інтегрують його в соціальну систему й забезпечують участь у процесі її інтеграції.

Соціальні інститути можна поділити на формальні й неформальні. **Формальні соціальні**

інститути регулюються законами, іншими нормативними актами. Коли ж функції, засоби соціального інституту не знаходять втілення у формальних правилах, маємо **неформальний інститут**.

Соціальні інститути класифікують на основі змісту, функцій, які вони виконують, — економічні, політичні, виховні, культурні, релігійні, а також соціальні інститути у вузькому значенні цього слова.

До *економічних соціальних інститутів* належать ті, які займаються виробництвом і розподілом благ, послуг, регулюванням грошового обігу, організацією праці тощо.

Політичні соціальні інститути пов'язані із встановленням, виконанням, підтриманням влади. Політичними інститутами є, наприклад, уряд, парламент, поліція.

Виховними та культурними є інститути, створені для розвитку культури, соціалізації молодого покоління, передачі йому культурних цінностей суспільства. До них відносять сім'ю як виховний інститут, школу, інші навчальні, наукові, художні заклади.

Релігійні соціальні інститути допомагають задовольняти запити, потреби, пов'язані з розумінням того, що вважається надприродним і священним.

Соціальними інститутами у вузькому значенні слова є ті, які створюються добровільними об'єднаннями, а також

виконують «церемоніальну» роль, тобто встановлюють способи взаємної поведінки членів певної спільноти. Ці інститути регулюють щоденні особистісні контакти, полегшують взаєморозуміння, забезпечують рівномірний плин повсякденного життя (святкування днів народження, шлюбних торжеств, способи звертання до вищих або старших осіб тощо).

Наведена класифікація належить відомому польському соціологові Я. Щепаньському¹⁸. Проте вона не єдина й не вичерпна. У сучасному суспільстві є інститути, не охоплені нею, але вона охоплює так звані «головні» інститути, що регулюють основні суспільні функції, властиві цивілізації.

Необхідність соціальних інститутів зумовлена суспільними потребами, насамперед необхідністю підтримання цілісності суспільства, що забезпечується комунікацією між членами суспільства (суспільства, які не мають розмовної, усної мови, науці невідомі); виробництвом товарів і послуг, необхідних для виживання членів суспільства, розподілом цих товарів і послуг; постійним відновленням членів суспільства як біологічним шляхом, так і за допомогою соціалізації індивідів у межах певної культури; контролем за поведінкою членів суспільства для гарантування виконання соціальних функцій. Всі ці соціальні потреби задовольняються не автоматично, а тільки організованими зусиллями членів суспільства, тобто за допомогою соціальних інститутів.

Формування різних типів соціальної практики як соціальних інститутів називається **інституціоналізацією**. Найважливішими передумовами цього процесу є не тільки виникнення певних суспільних потреб у нових типах суспільної практики, а й відповідних їм соціально-економічних, політичних, ідеологічних умов, розвиток необхідних організаційних структур і, нарешті, інтерналізація засвоєння індивідами нових соціальних норм та цінностей, формування на їх основі системи потреб особистості, ціннісних орієнтацій та очікувань. Завершенням процесу інституціоналізації є інтеграція

¹⁸ Щепанский Я. Элементарные понятия социологии. – М., 1969. – С. 96-97.

СОЦІОЛОГІЯ

нового виду суспільної практики в існуючу структуру соціальних відносин.

Соціологія вивчає інституціоналізацію переважно з двох точок зору: як історичний процес зародження і встановлення нових соціальних інститутів, що дає змогу розкрити причини та умови їх виникнення; як одну із сторін функціонування соціальних інститутів в соціальній системі у зв'язку з адаптацією індивідів, колективів до її нормативних вимог, у процесі якої формуються соціально-психологічні механізми, що забезпечують стабільність і стійкість суспільної організації.

Успішне функціонування соціального інституту залежить від того, чи відповідає він певним загальним вимогам. Насамперед йдеться про необхідність чіткого визначення мети, кола завдань, дій, які він буде забезпечувати. Якщо функція інституту визначена не чітко, він не може без конфліктів включитися у глобальну систему інститутів даного суспільства й нашкодуватиметься на різні протидії. Важливо також, щоб він раціонально організовував діяльність. Соціальний інститут має бути деперсоналізованим, тобто незалежним від інтересів людей, які виконують інституційні функції. В іншому разі він втратить свій суспільний характер, загальний престиж.

Сучасні концепції такого роду, що розвиваються у рамках обраної парадигми, містяться в роботах Н. Смелзера, Р. Осипова, М. Комарова та ін. Під соціальним інститутом вони розуміють комплекс, що охоплює, з одного боку, сукупність нормативно-ціннісно обумовлених ролей і статусів, призначених для задоволення певних соціальних потреб, з іншого – соціальне утворення, створене для використання ресурсів суспільства у формі інтеракції для задоволення цієї потреби. До числа загальних ознак соціального інституту можна віднести: - виділення певного кола суб'єктів, що вступають у процесі діяльності відносини, набувають стійкий характер; - певну (більш або менш формалізовану) організацію; - наявність специфічних соціальних норм і приписів, які регулюють поведінку людей в межах соціального інституту; - наявність соціально значущих функцій інституту, інтегруючих його в соціальну систему і забезпечують його участь в процесі

інтеграції останньої. Ці ознаки нормативно не закріплені. Вони швидше випливають з узагальнення аналітичних матеріалів про різних інститутах з - тимчасового суспільства. У одних з них (формальних – армія, суд і т. п.) ознаки можуть фіксуватися чітко і в повному обсязі, в інших (неформальних або тільки виникають) – менш чітко. Але в цілому вони служать зручним інструментом для аналізу процесів інституціоналізації соціальних утворень. Соціологічний підхід фіксує особливу увагу на соціальних функціях інституту і його нормативній структурі. М. Комарів¹⁹ пише, що реалізація інститутом соціально значущих функцій «забезпечується наявністю в рамках соціального інституту цілісної системи стандартизованих зразків поведінки, тобто цінностнонормативної структури».

Відповідно до теорії Дж. Хоманса, в соціології існує чотири типи пояснення і обґрунтування соціальних інститутів²⁰.

Перший – психологічний тип, що виходить із того, що будь-який соціальний інститут є психологічний за генезисом освіта, стійкий продукт обміну діяльністю.

Другий тип – історичний, який розглядає інститути як кінцевий продукт історичного розвитку певної сфери діяльності.

Третій тип – структурний, який доводить, що «кожен інститут існує як наслідок своїх відносин з іншими інститутами соціальної системи».

Четвертий – функціональний, що спирається на положення про те, що інститути існують, оскільки виконують певні функції у суспільстві, сприяючи його інтеграції і досягнення гомеостазу.

Два останніх типи пояснень існування інститутів, які переважно застосовуються у структурно-функціональному аналізі, Дж. Хоманс оголошує непереконливими і навіть помилковими.

¹⁹ Комаров М. З. О понятии социального института // Введение в социологию. – № 3. – С. 19.

²⁰ Homans G. S. Sociological relevance behaviorism // Behavioral sociology. Ed. R. Burgess, D. Bushell. – N.- Y., 1969. – P. 6.

3.3. Функції соціальних інститутів

Соціальний інститут – це стійка форма організації спільної діяльності людей, які склалися історично. Тому для соціальних інститутів є характерним чітке розмежування функцій і повноважень кожного із суб'єктів соціальної взаємодії, узгодженість їх дій, високий рівень регуляції і контролю за цією взаємодією.

Російський соціолог С.Фролов виділяє п'ять груп загальних ознак соціальних інститутів²¹:

- установки і взірці поведінки (наприклад, для інституту сім'ї – прив'язаність, повага, відповідальність; для інституту освіти – прагнення до знань);

- культурні символи (для браку – обручки, шлюбний ритуал, для держави – герб, прапор, гімн; для бізнесу – марка, патентний знак);

- утилітарні культурні риси (для сім'ї – будинок, квартира, меблі; для освіти – класи, бібліотека);

- усні та письмові кодекси поведінки (для держави – конституція, закони; для бізнесу – контракти, ліцензії);

- ідеологія (для сім'ї – кохання, сумісність; для релігії – віра).

Соціальний інститут – це специфічне утворення, яке виконує суспільно значимі функції, що і забезпечує досягнення цілей. Функція – це та користь, яку соціальний інститут приносить суспільству. Її характеризують два моменти: свідомо сформульовані цілі та об'єктивні наслідки діяльності цього інституту, тобто функція як завдання і як реальний результат. У багатьох випадках виникає розбіжність між проголошеними цілями і об'єктивними наслідками відповідних дій. Слід враховувати наявність прихованої (латентної) функції соціального інституту. Якщо явна, усвідомлювана, визнана функція носить довільний («керований») характер, то латентна функція є ненавмисною, часто неусвідомлюваною. Справжнє значення соціального інституту проявляється саме на рівні

²¹ Фролов С. С. Общая социология. – М.: Проспект, 2011. – 384 с

реально одержуваних результатів його функціонування. Наприклад, при існуванні тільки безкоштовної освіти в нашій країні все-таки була обізнаність хоча б на рівні чуток про те, що у вузах допускаються зловживання при вступі. І багато в чому готовність на матеріальні і моральні жертви з боку абітурієнтів та їх сімей підкреслювала як затребуваність вищої освіти взагалі, так і окремих професій на ринку праці. Введення і подальший розвиток плати за освіту – неоднозначний компроміс, причина якого полягає в неможливості держави забезпечити повноцінне функціонування інституту освіти. Виконуючи свої функції, соціальні інститути стимулюють дії суб'єктів, які узгоджуються зі стандартами поведінки. Необхідність слідувати цим стандартам змушує людей грати певні ролі, жорстко визначені тими інститутами, в які включений людина. Ролі в сім'ї відрізняються від тих, які людина виконує на роботі, навчаючись при цьому в заочному вузі, він змушений слідувати іншим ролям. Інститути відрізняються один від одного своїми функціональними якостями, однак у реальному житті ці функції переплетені настільки тісно, що провести між ними торгівлю грань надзвичайно складно. Фундаментальні інститути за суворої необхідності виконувати, насамперед, свої специфічні функції різною мірою задіяні у вирішенні наступних завдань:

1) економіко-соціальні інститути – власність, обмін, гроші, банки, господарські об'єднання;

2) політичні інститути – держава, партії, профспілки й іншого роду громадські організації, які переслідують політичні цілі, спрямовані на встановлення і підтримку визначеної форми політичної влади;

3) сім'я, освіта, релігія – освоєння, подальше відтворення та захист соціальних і культурних цінностей і норм;

4) родина, релігія – механізми моральноетической орієнтації і регуляції поведінки індивідів, надають поведінці і мотивації моральну аргументацію і етичну основу;

5) політичні, економічні – суспільно-соціальна регуляція поведінки на основі норм, правил і розпоряджень, закріплених у

СОЦІОЛОГІЯ

юридичних і адміністративних актах (обов'язковість норм забезпечується примусовою санкцією);

б) політичні інститути, економічні, освіта, сім'я, засновані на більш-менш тривалому прийнятті договірних норм, їх офіційному і неофіційному закріпленні регулювання повсякденних контактів, різноманітних актів групової і міжгрупової поведінки, методи передачі інформації, привітання, регламент зборів, діяльності об'єднань і т. д.

Але при цьому кожен інститут виконує свою соціальну функцію. Їх сукупність складає загальні соціальні функції інститутів як певних елементів соціальних систем. Подібним прикладом можуть служити функції сім'ї: - репродуктивна, або відтворення людського роду; - соціалізація, або передача новим членам товариства необхідних навичок, моральних цінностей і норм; - рекреаційна, або захист членів сім'ї від впливу навколишнього світу; - контроль і регулювання статевого життя; - господарсько-побутова. Кожна з перерахованих функцій є фундаментальною – підтримці життєдіяльності суспільства через возобновляємость поколінь, засвоїли основні норми і цінності цього суспільства.

Кожний інститут виконує свою характерну для нього соціальну функцію. Сукупність цих соціальних функцій складається в загальні соціальні функції соціальних інститутів як окремих видів соціальної системи. Найбільш значущими серед них є:

- репродуктивна, закріплення, збагачення і відтворення на новому рівні чи в певній галузі суспільних відносин. Завдяки їй соціальний інститут трансляє досвід, цінності, норми культури з покоління в покоління;

- регулятивна і соціального контролю. Функціонування соціальних інститутів забезпечує регулювання взаємовідносин між членами суспільства шляхом вироблення шаблонів поведінки;

- інтегративна, згуртування суспільства. Ця функція містить процеси згуртування, взаємозалежності та взаємовідповідальності членів соціальних груп, які відбуваються

під впливом інституціолізованих норм, правил, санкцій та систем ролей. В цілому забезпечує соціальну стабільність суспільства;

– комунікативна або залучення людей до діяльності. Спрямована на забезпечення зв'язків, спілкування, взаємодії між людьми за рахунок певної організації їх спільної життєдіяльності.

Кожна з цих функцій знаходить своє конкретне втілення у різноманітних соціальних інститутах. Функції, що здійснюють інститути, з часом змінюються. Скажімо, функцію освіти та соціальної допомоги бідним, яку раніше виконувала церква, згодом прийняла на себе держава, створивши розгалужену гілку установ, що працюють у заданому напрямі.

Якщо інститут замість користі приносить суспільству шкоду, то така його дія називається дисфункцією. Наприклад, функція інституту освіти – готувати всебічний розвиток спеціалістів. Але якщо він не справляється із даним завданням, то необхідних спеціалістів він не отримає: школи та вузи випустять в життя людей з не повним багажем знань. Таким чином, функція інституту перетворюється в дисфункцію.

Діяльність соціального інституту вважається функціональною, якщо вона сприяє збереженню стабільності та інтеграції суспільства. Вона може розглядатися як дисфункціональна, якщо працює не на його збереження, а на руйнування. Зростання дисфункцій в діяльності соціальних інститутів може призвести до соціальної дезорганізації суспільства.

Серед найпоширеніших дисфункцій виділяють:

- невідповідність інституту конкретним потребам суспільства;
- невизначеність функцій соціального інституту;
- зниження авторитету соціального інституту в суспільстві;
- інститут перестає діяти відповідно до об'єктивних потреб, змінює свої функції залежно від інтересів окремих людей.

Е. Дюркгейм і за ним Р. Мертон стверджували, що про функції соціальних інститутів треба судити не по намірам і

СОЦІОЛОГІЯ

цілям людей, що вступають у взаємодію, а по тем суспільних наслідків (корисним чи шкідливим), які виникають в результаті інституціонального взаємодій²². Роберт Мертон запропонував розділити наслідки діяльності соціального інституту на функції і дисфункції.

<p>Функції - це ті наслідки, які сприяють збереженню, зміцненню, розвитку, саморегуляції даної системи. Кажучи коротко, це корисні для суспільства наслідки.</p>	<p>Дисфункції - це, навпаки, наслідки, що ведуть до дестабілізації, дезорганізації даної системи, зміні її структури. Це шкідливі для суспільства наслідки.</p>
---	--

Функції соціальних інститутів можуть бути *зовнішніми* – стосовно тієї системи, елементом, якої є цей соціальний інститут, та *внутрішніми* – у процесах організації соціальних дій і регулювання соціальних зв'язків власного персоналу. Зазвичай, соціальний інститут – *поліфункціональний* (виконує кілька функцій). Його специфіку визначає, з одного боку, сукупність, запропонованих йому соціальних функцій, а з іншого боку – головна (основна) соціальна функція.

Усі соціальні функції інститутів можна поділити на:

- *основні та не основні*;
- *універсальні* (притаманні всім чи багатьом інститутам) та *специфічні* (властиві лише конкретному інституту);
- *явні та латентні*.

Діяльність соціальних інститутів породжує безліч різних функцій (і дисфункцій) або, інакше кажучи, інститути є *поліфункціональними*. У соціологічній літературі прийнято виділяти *універсальні* і *специфічні* функції.

Універсальні функції є загальними для всіх соціальних інститутів. До них відносяться:

1. *Функція закріплення та відтворення суспільних відносин*. Вона здійснюється через систему норм, приписів,

²² Осипов Р. В., Кравченко А. И. Институциональная социология // Современная западная социология. – М., 1990. – С. 118.

правил поведінки, характерних для конкретного соціального інституту, що дозволяє стандартизувати і формалізувати поведінку людей, задаючи рамки їхньої діяльності. У результаті поведінку людей робиться передбачуваним, а суспільні відносини стають стабільними і впорядкованими.

2. *Регулятивна функція.* Загальна задача спільної діяльності великого числа людей має не один, а безліч варіантів рішень, і ця обставина викликає необхідність у регулюванні людської діяльності в тому напрямку, який найбільш корисно суспільству. Регулятивна функція полягає в узгодженні взаємин між членами суспільства за допомогою норм, зразків, еталонів поведінки і контролю за їх дотриманням.

3. *Інтегративна функція.* У складноствореній соціальній системі неминуче виникає потреба в об'єднаннях членів суспільства, які забезпечували б її стабільність і цілісність. Нормами, рольовими комплексами, правилами і санкціями соціальні інститути згуртовують членів соціальних груп, організацій, пов'язують їх відносинами взаємозалежності і взаємовідповідальності. Інтегративні процеси в рамках соціальних інститутів впорядковують систему взаємодій, координують діяльність людей, дозволяють створювати складні організації.

4. *Функція трансляції.* Суспільство не могло б розвиватися, якби не володіло механізмом передачі соціального досвіду. Соціальні інститути транслюють і суспільні відносини, і різні види діяльності. Трансляція здійснюється як в часі (тобто від покоління до покоління), так і в просторі, коли до певної діяльності підключаються нові групи людей.

5. *Комунікативна функція.* Через соціальні інститути передається певна інформація і створюються умови для спілкування окремих індивідів. *Спілкування* в соціальних інститутах має свою специфіку: це формальне, рольове спілкування. Інститути в чому зумовляють характер спілкування, задають привід і основні його способи. Соціальні інститути розрізняються за своїми комунікативним можливостям.

СОЦІОЛОГІЯ

Специфічні функції існують поряд з універсальними. Це функції, які характерні не для всіх, а лише для деяких соціальних інститутів. Наприклад, встановленням порядку в суспільстві займається держава, навчанням і підготовкою до професійної діяльності – інститут освіти; відкриття в різних сферах пізнання пов'язані з наукою, а за здоров'ям громадян стежить інститут охорони здоров'я.

Крім універсальних і специфічних в соціологі виділяють *явні* і *латентні* функції соціальних інститутів.

Явні функції – це ті наслідки діяльності, заради яких і був створений певний соціальний інститут як система самооновлюється взаємодій. Це необхідні, усвідомлені, очікувані, навмисні і очевидні функції. Явні функції офіційно декларуються, вони записані в кодексах і статутах, закріплені в системі статусів і ролей, прийняті спільнотою причетних людей і контролюються суспільством. Оскільки явні функції завжди проголошені і пов'язані із досить суворими традиціями або процедурами (президентська клятва, накази виборців, прийняття спеціальних законів про соціальне забезпечення, освіти, прокуратурі тощо), вони є більш формалізованими і підконтрольними суспільству. Члени товариства, наприклад, можуть запитати у депутатів про причини невиконання передвиборних обіцянок, а у влади про витрачання зібраних податків.

Латентні функції – це такі результати дій соціальних інститутів, що не були заплановані заздалегідь, оскільки вони є несвідомими деякий час або усвідомлюються взагалі. Це як би «не свої» функції, які виконуються інститутом латентно або ненавмисно (наприклад, інститут освіти може виконувати функцію політичної соціалізації, яка не є «рідний» для нього).

Наприклад, явними функціями вищої школи є підготовка фахівців вищої кваліфікації за різними професіями, засвоєння пануючих у суспільстві стандартів - ціннісних, моральних, ідеологічних, підготовка молоді до різних соціальних ролей. Неявними, латентними наслідками виступає відтворення

соціальної стратифікації або закріплення соціальної нерівності, яке прямо пов'язане з отриманням вищої освіти.

Таким чином, латентні функції можна розглядати як побічний продукт діяльності соціального інституту, вони можуть бути як позитивними (функціями), так і негативними (дисфункціями). Значення латентних функцій в житті суспільства велике. Тільки за допомогою вивчення прихованих наслідків діяльності соціальних інститутів можна отримати повну і справжню картину суспільного життя. Без аналізу латентних функцій уявлення про роль конкретного інституту у соціальних процесах буде обмеженим і прямолінійним, а значить, неточним.

Кожен соціальний інститут виконує не одну-єдину функцію, а цілий комплекс, до якого можуть входити функції (позитивні наслідки) і дисфункції (негативні наслідки); універсальні та специфічні; явні та латентні функції. Крім того, одну й ту ж функцію можуть виконувати відразу кілька інститутів.

Найпоширеніші дисфункції:

- невідповідність інституту конкретним потребам суспільства;
- розмитість, невизначеність функцій, виродження їх у символічні, не спрямовані на досягнення раціональних цілей;
- зниження авторитету соціального інституту у суспільстві;

Персоналізація діяльності соціального інституту – зміна функцій залежно від інтересів окремих людей, а не залежно від соціальних потреб.

Сучасне українське суспільство переживає інституціональну кризу: основні соціальні інститути не виконують соціального замовлення, не відповідають рисам громадянського суспільства, правової держави. Зниження авторитету, довіри, негативна оцінка діяльності держави, економіки, освіти та інших інституцій — дисфункціональна діяльність основних соціальних інститутів.

Стан соціальних інститутів є значущим показником (індикатором) соціальної стабільності суспільства. У стабільному

СОЦІОЛОГІЯ

суспільстві соціальні інститути володіють чіткими, зрозумілими, незмінними функціями. У нестабільному суспільстві, навпаки, функції соціальних інститутів багатозначні, нечіткі, мінливі.

Соціальні інститути весь час змінюються зі змінами певних їх функцій: одні функції відживають своє, бо в них зникає потреба у суспільства, інші функції виникають, бо саме в них виникає потреба. Але функція керування або організації певної діяльності завжди залишається за соціальними інститутами. Це, можна сказати, незмінна функція соціальних інститутів. Отже, маючи цілу мережу соціальних інститутів, що виконують свою головну функцію і допомагають іншим у виконанні їх функцій, кожне суспільство має чітку злагоджену структуру забезпечення будь-якого члена суспільства усім необхідним. Суспільство - це система соціальних інститутів і від того, як вона працюватиме, залежить добробут і майбутнє цього суспільства. Недостатньо мати велику кількість соціальних інститутів, необхідно, щоб вони сумлінно виконували свої обов'язки, і взаємодіяли один з одним. Лише тоді ця система буде працювати на благо суспільства, і лише за цієї умови настане та очікувана зрілість суспільства. Власне зрілість суспільства забезпечується зрілістю існуючих у ньому соціальних інститутів і зрілістю взаємозв'язків між ними.

Запитання для самоконтролю знань

1. Дайте визначення соціального інституту.
2. Сформулюйте основні ознаки соціальних інститутів.
3. Назвіть основні типи та види дисоціальних інститутів.
4. Які соціальні інститути та яким чином розглядали у власних працях О.Конт, Г.Спенсер, Є.Дюркгейм, К.Макс, М.Вебер?
5. Які основні функції виконують соціальні інститути в суспільстві?
6. Поясніть термін «інституалізація».
7. Яка логіка аналізу інституальних феноменів у соціології?
8. Під впливом яких факторів змінюються соціальні інститути?

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Городяненко В.Г. Соціологія: навч. посіб. для ВНЗ / В.Г. Городяненко – К.: Академія, 2002. – 560 с.
2. Литвин А. П. Соціологія : навч. посіб. / А. П. Литвин, А.К. Яковенко. – Т. : ТНЕУ, 2013. – 472с.
3. Социология: Учебник для вузов/В.Н.Лавриненко,Н.А.Нартов, О.А.Шабанова, Г.С.Лукашова; Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. – 2-е изд. переаб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА,2011.- 407 с.
4. Социология: учебное пособие/ Под ред. П.С.Емшина, Д.З.Мутагирова, Н.Г.Сквоцова. – СПб.: Питер,2004. – 400 с.
5. Соціологія. Курс лекцій/ За редакцією Старовойта І.С. – Тернопіль,Видавництво Астон, 2015. – 176 с.
6. Соціологія : підручник для студ. вищ. навч. закладів / за ред. В. Г. Городяненка. – К. : Вид. центр «Академія», 2010. – 560 с.
7. Соціологія: Навчальний посібник для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів. — 3-тє вид., перероб. і доп. / Танчин І.З. – К., 2008. – 351 с.

Додаткові

1. Андреев Ю.П., Коржевская Н.М., Костина Н.Б. Социальные институты: содержание, функции, структура. - Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. - С. 38-39.
2. Гіденс Е. Соціологія / Е. Гіденс / пер. з англ. В. Шовкун, А. Олійник; наук. ред. О. Іващенко. – К. : Основи, 1999. – 726 с.
3. Глотов М.Б. Социальный институт: определение, структура, классификация // Социологические исследования. 2013.- № 10. – С. 132-148.
4. Жоль К. К. Соціологія : навч. посіб. / К. К. Жоль. – К. : Либідь, 2005. – 440 с.
5. Иншаков О.В. Экономические институты и институции: к вопросу о типологии и классификации // Социологические исследования. 2003.- № 9. – С. 58-71.
6. Масионис Дж. Социология / Дж. Масионис. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 752 с.

СОЦІОЛОГІЯ

7. Парсонс Т. Система современных обществ: пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1997.- С. 51- 59.
8. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. 3-е изд., перераб. и доп.- М.: Центр, 2000. -С. 153-154.
9. Смелзер Н. Социология : пер. с англ. / Н. Смелзер. – М. : Феникс, 1994. – 688 с.
10. Соціологічна енциклопедія / уклад. В. Г. Городяненко. – К. : Академвидав, 2008. – 456 с.
11. Танчин І. З. Соціологія : навч. посіб. / І. З. Танчин. – 3-тє вид., перероб. – К. : Знання, 2008. – 351 с.
12. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка; пер. с польск. С.М. Червонной. – 2-е изд. – М. : Логос, 2010. – 664 с.
13. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии.- М.: Прогресс, 1969.- 438с.

Т Е М А 4.**Соціальна структура та соціальна стратифікація**

4.1. Системний підхід до суспільства та типологія

4.2. Ключові теорії соціальної структури та соціальної стратифікації.

4.3. Соціальна мобільність.

4.1. Системний підхід до суспільства та типологія

Не зважаючи на безліч наукових підходів в соціології до проблем пов'язаних з життям суспільства, усі, без винятку, науковці сходяться в одному – суспільство є цілісною системою взаємопов'язаних між собою елементів між якими відбуваються соціальні відносини обумовлені необхідністю взаємодії.

Під **системою**, зазвичай, розуміють *впорядковану сукупність елементів, що утворюють певну цілісність*. Природу будь-якої системи визначають її елементи і характер взаємозв'язку між ними.

Соціальна система – це цілісне утворення, елементами якого є люди, групи, спільності, інститути, організації.

Вони об'єднуються в системи на основі виробничо-економічних, політичних і культурних зв'язків. Усередині суспільства як соціальної системи функціонують підсистеми – економічна, політична і культурна.

Стійкі та безперервні взаємодії між індивідами і соціальними групами називають соціальними відносинами.

Для будь-якої соціальної системи характерні наступні основні властивості:

1) наявність цілей – зовнішніх і внутрішніх, стратегічних і оперативних, реалістичних або утопічних;

2) наявність соціальних меж, які, тією чи іншою мірою «прозорості» або закритості;

3) адаптація до середовища, що забезпечує її стійкість і динамізм;

4) управління і самоврядування па основі певного співвідношення єдиноначальності та колективізму.

СОЦІОЛОГІЯ

Найбільш загальні типи соціальних систем можна виділити за двома підставами – **внутрішнього порядку** (на м'які та жорсткі) і **відносин із середовищем** (відкриті та закриті).

М'які та жорсткі системи розрізняються в залежності від політичного устрою (тоталітарні, авторитарні і демократичні), від економічних основ (домінує громадська або приватна власність), по культурно-ідеологічною ознакою (однаковість і однодумність в духовній сфері чи плюралізм).

Розподіл систем на **відкриті та закриті** до певної міри умовний. Ні повністю відкритих систем, як, втім, і повністю закритих не існує. Відкриті системи зазвичай більш розвинені, ніж закриті. Останні характеризуються фактичною відсутністю еміграції та імміграції, обмеженням в обміні інформацією та контрольованістю економіки. Вхід і вихід з системи знаходилися під суворим контролем партійно-державної номенклатури.

Отже, рівень розвитку суспільства в порівнянні з середовищем багато в чому визначає ступінь його відкритості. Якщо цей рівень вище, то системі вигідно відкритися, щоб впливати на середовище і використовувати його в своїх цілях. І, навпаки, якщо він в якихось параметрах нижче, відкритість системи може мати руйнівні наслідки для країни, обмежувати її національні інтереси.

В умовах міжнародної інтеграції соціальні системи різних рівнів стають все більш відкритими. Інтеграційні процеси розмивають національні суверенітети. Інтенсифікуються транскордонні переміщення людей, капіталів, товарів, технологій, культурних зразків і практик незалежно від їх корисності або небезпеки для тих чи інших держав. Світова спільнота поступово перетворюється в світове співтовариство.

Існують різні **типології суспільств**.

Згідно з однією з них – суспільства поділяються на два типи – **прості та складні**. Критеріями для такого поділу є число рівнів управління й ступінь соціального розшарування.

У **примітивних суспільствах** поділ на керівників і підлеглих, багатих і бідних носить обмежений і нестабільний характер. Такими були первісні племена.

У **складних суспільствах** є кілька рівнів управління, декілька соціальних верств населення, що розрізняються за рівнем доходу, що обумовлює виникнення соціальної нерівності.

В середині XIX століття К. Маркс запропонував типологію суспільства на основі двох критеріїв – **способу виробництва** і **форми власності**. Ці дві ознаки складають формацію. Відповідно до зазначеної теорії, людство пройшло чотири формації – первісну, рабовласницьку, феодальну і капіталістичну, а п'ята – комуністична повинна настати в ідеальному майбутньому.

Сильною стороною цього підходу було визнання незворотності соціальних змін, а слабкою – європоцентризм і економічний детермінізм, який проявився в абсолютизації матеріально-технічних факторів розвитку суспільства.

Формаційна схема суспільного розвитку не враховує цивілізаційні характеристики різних країн і регіонів. Крім того, вона в певній мірі корегувалася самим К. Марксом, який поділив виробництво на два ключові типи – **європейський** та **азіатський**. Він встановив, що інтегруючим початком суспільства, яке ґрунтується на **«азіатському способі виробництва»**, є відносини влади, а **європейському** – притаманні відносини власності.

Згідно **цивілізаційного підходу** М. Блока, суспільства можуть розглядатися як сукупності різних соціокультурних утворень. Зазначена теорія виникла як негативна реакція науковців на марксистську уніфікацію історії за європейськими стандартами і прагненням зрозуміти своєрідність локальних і регіональних товариств.

На тому що історія розвитку суспільства не може бути лінійним процесом наполягали О. Шпенглер, Дж. Тойнбі, Л. Гумільов. На їх думку, людство являє собою самодостатнє соціокультурне утворення, яке не мають, і не може мати, єдиного коду розвитку.

Найбільш універсальна типологія товариств була запропонована Д. Беллом в книзі «Пришестя постіндустріального суспільства» (1973). В ній автор поділив всесвітню історію на три

СОЦІОЛОГІЯ

стадії – доіндустріальну (аграрну), індустріальну і постіндустріальну.

У **доіндустріальному** суспільстві головна мета – влада, а пануюча верства – служителі церкви, в **індустріальному** – гроші, а тому, відповідно, вищий соціальний шар – бізнесмени, в **постіндустріальному** – знання, що обумовлює домінування вчених і менеджери (тих хто продає результати отриманні від розвитку науки). Перехід від однієї стадії до іншої пов'язаний зі зміною технології, форми власності, соціальних інститутів, культури, способу життя і соціальної структури.

До виникнення індустріального суспільства привели два глобальних процеси: **індустріалізація** – створення великого машинного виробництва і **урбанізація** – переселення людей в міста і поширення міських цінностей на всі верстви населення. Індустріальне суспільство сформувалося в XVIII столітті.

Постіндустріальне суспільство почало формуватись в другій половині XX століття під впливом зростаючого попиту на фахівців, що займаються виробництвом інформації та новітніх технологій. У цей період життя суспільства вчені, інженери, економісти, програмісти перетворюються в провідну соціальну силу, замінюючи в цій якості промисловців і підприємців індустріального суспільства.

Відповідно до наукової теорії постіндустріального суспільства сучасний світ складається з трьох груп цивілізацій: постіндустріальні суспільства (США, Західна Європа, Канада і Японія), країни «наздоганяючого розвитку» з відносно розвиненою промисловістю і окремими характеристиками постіндустріалізму (Східна Європа, Росія, Південно-Східна Азія, Китай), країни Азії, Африки і Латинської Америки, які виступають в основному джерелом сировинних ресурсів для першої групи.

До наукової концепції розвитку суспільства, розробленої Д. Беллом, концептуально близька теорія соціальних структур американського вченого А. Тоффлера, викладена в роботі «Третя хвиля» (1980). Під суспільством «третьої хвилі» він розуміє **інформаційне суспільство**, в якому основним видом власності є інформація; в суспільствах же першої та другої хвилі

основними видами власності були земля і засоби виробництва. Перехід до інформаційної власності являє собою революцію, оскільки вона нематеріальна і не знає кордонів, а тому контролювати її просто неможливо.

Соціальну основу інформаційного суспільства А. Тоффлер бачить в «**когнітаріаті**» (від англ., cognition – пізнання, пізнавальна здатність), тобто соціальній групі, яка використовує знання, а не м'язи, як у випадку з селянством і робітничим класом.

З цих позицій А. Тоффлер в книзі «Зрушення влади: знання, багатство і сила на порозі XXI століття» (1990) висловлював думку про зміну природи влади під впливом знань, інформації і нових технологій. Отже, в постіндустріальному суспільстві влада дедалі більше визначається не багатством, як це було раніше, а знаннями. Якщо багатство належало невеликій кількості людей, то знання може належати усім, хто бажає його отримати. Такий підхід відображає дуже важливу на сьогоднішній день для українського суспільства тенденцію розвитку.

У книзі «Революційний багатство. Як воно буде створено і як воно змінить наше життя» (2006) А. Тоффлер пов'язує наростання в суспільстві поточних і довгострокових проблем з переходом від «другої» до «третьої хвилі». Таким чином, науковець спрогнозував системну кризу американського суспільства і його інститутів, яку ми маємо змогу спостерігати сьогодні. Однак, не варто вважати, що США не справляться з кризою переходу від другої до третьої хвилі соціального розвитку, на думку А. Тоффлера в суспільстві відбудеться низка якісних змін які приведуть до розквіту інформаційного суспільства.

Вищевикладене дає підстави стверджувати, що роботи Д. Белла та А. Тоффлера, як основних прихильників постіндустріальних концепцій, спираються на соціологічний підхід М. Вебера, для якого осьовим принципом був принцип раціональності. Саме тому на їх думку сучасне суспільство відмовиться від дій граційного характеру і, завдяки розвитку знання та науки, перейде до раціонального життя.

СОЦІОЛОГІЯ

Ознаки постіндустріального суспільства:

– інтенсивність соціально-економічного розвитку, що досягається завдяки інтелектуальному капіталу, високим і ресурсозберігаючим технологіям;

– зростання сфери послуг за рахунок сфери матеріального виробництва; домінування інформації в усіх сферах життя; збільшення чисельності зайнятих в інформаційній індустрії; підвищення рівня освіти і кваліфікації громадян; демократизація суспільного життя, що стимулює перехід до демократії в глобальному масштабі;

– формування єдиного інформаційного простору та поглиблення інтеграції країн і народів.

Провідною тенденцією розвитку суспільства в умовах постіндустріалізму поступово стає інформаційно-мережевий принцип, згідно з яким основним соціальним осередком стають **мережі** – об'єднання громадян, близьких за духом та інтересами.

Незважаючи на те, що за своєю об'єктивною природою інформаційно комунікаційні технології повинні сприяти демократизації суспільного життя не можна заперечувати і реальні можливості їх використання з метою порушення принципів демократичного устрою суспільства, прав і свобод громадян, зокрема для створення різного рівня маніпуляцій. Концентрація управління інформаційними потоками в руках вузького кола осіб, може спровокувати виникнення ситуації спрямованого впливу на масову свідомість або, навіть, прямого маніпулювання нею. На зміну авторитаризму особистостей – королів, президентів, диктаторів може прийти авторитаризм еліт.

Світові інтеграційні процеси помітно збільшують розрив між державами, які вступили в еру постіндустріалізму, і країнами третього світу. Для останніх ехарактерним зростання бідності, злиднів і, як наслідок, соціального відчуження та протестної свідомості. Такий хід подій є підґрунтям для різних форм антисоціальної, маргінальної поведінки, включаючи екстремізм і тероризм.

У соціології перехід від доіндустріального суспільства до індустріального, а потім і до постіндустріального науковці описують за допомогою терміна «модернізація». Він передбачає кардинальну зміну соціальних інститутів і способу життя, що охоплює всі сфери суспільства.

Розрізняють два типи модернізації – **органічну і неорганічну**. Перша готується всім ходом попередньої еволюції країни. Зазвичай вона починається зі змін в культурі та суспільній свідомості. Друга є відповіддю на зовнішній виклик з боку більш розвинених країн. Вона являє собою спосіб «наздоганяючого» розвитку, який потрібно виконати з метою подолання відсталості і уникнення іноземної залежності.

Неорганічна модернізація відбувається шляхом закупівлі закордонного обладнання та патентів, запозиченні зарубіжних технологій, запрошенні фахівців, навчання власних громадян за кордоном, отримання міжнародних інвестицій. Відповідні зміни відбуваються в соціальній і політичній сферах.

Часто модернізація поєднує риси обох типів з переважанням елементів одного з них. У зв'язку з цим досить складним і суперечливим є питання про те, до якого типу модернізації можуть бути віднесені прийдешні перетворення в нашій державі. Слід зазначити і труднощі наповнення поняття «модернізація» реальним та продуктивним змістом.

Звісно ж, що загальна й універсальна модернізація для України стане можливою завдяки переходу від індустріальної до постіндустріальної парадигми суспільного розвитку в усіх сферах життя. Це зажадає нової якості людських ресурсів, створення сучасної інфраструктури економіки знань і комп'ютерних інформаційно-комунікаційних технологій. Цьому повинні сприяти інтеграційні процеси, співпраця з високотехнологічними державами і міжнародними корпораціями.

Соціальні зміни і соціальна стабільність.

Однією з найважливіших проблем соціології є проблема соціальних змін, механізмів їх виникнення і векторів спрямованості. Поняття «соціальні зміни» означає зміни, що

СОЦІОЛОГІЯ

відбуваються впродовж певного часу в соціальних системах, спільнотах, інститутах та організаціях.

Передумовою соціальних змін служить соціальний розвиток. Він характеризує лише ті соціальні зміни, які спрямовані в бік поліпшення, ускладнення та вдосконалення. Тому в соціології в якості ключового поняття еволюції суспільства використовується поняття «соціальні зміни», що охоплює широке коло різноманітних соціальних змін.

В якості основних типів соціальних змін соціологія розглядає два – **еволюційні та революційні**. Вони часто розглядаються як протилежні, хоча на практиці можуть поєднуватися і переходити один в одного.

Еволюційні зміни – це поступові, плавні перетворення, які можуть мати висхідну та несхідну спрямованість. Якщо вони здійснюються свідомо то проявляються в формі соціальних реформ. Однак еволюційні соціальні зміни можуть мати характер стихійних процесів. Наприклад, зміни в сімейно-шлюбних відносинах, зниження народжуваності та старіння населення в розвинених країнах Європи. Нарешті, еволюційні зміни можуть поєднувати стихійне і свідоме.

Революційні зміни носять досить радикальний характер, ведуть до корінної та досить швидкій зміні соціального об'єкта. Вони, як правило, пов'язані з широким застосуванням насильства.

Революції ХХ століття породили у значної частини населення неприйняття цієї форми соціальних змін. Разом з тим соціальні революції XVII-XIX століть істотно сприяли прискоренню суспільних перетворень, вирішенню багатьох соціальних проблем.

У науковій літературі останніх років все більше уваги приділяється циклічним соціальним, змінам. Це складна форма соціальних змін, яка включає еволюційні і революційні зміни, що мають різновекторні тенденції.

Цикл являє собою сукупність явищ і процесів, послідовна зміна яких утворює кругообіг. Кінцева точка кругообігу є початком нового циклу, який протікає вже в інших умовах і на іншому рівні.

Суспільство, на думку А. Тойнбі, разом з усіма структурами, що його складають змінюється за циклічною схемою – виникнення, зростання, розквіт, криза, занепад, виникнення нового явища. Останнє може бути наступником, суперником і навіть одночасно наступником-суперником колишнього.

Усі, без винятку, структури, процеси і явища в суспільстві мають цикли різної тривалості – від сезонних (наприклад, сільськогосподарські роботи) до періодів в кілька десятиліть (наприклад, зміна поколінь) і, нарешті, до багатовікових (типи культур).

Особливу увагу фахівців привертають цикли соціальних змін на відрізках часу в кілька десятиліть. Ці цикли отримали назву довгих хвиль. Видатний внесок у розробку теорії довгих хвиль в 20-ті роки ХХ століття вніс економіст Н. Д. Кондратьєв. Він розділив економічні процеси на два види: що протікають в одному напрямку (незворотні) і протікають хвилеподібно (зворотні). До останніх їм були віднесені зміни товарних цін, процентних ставок на капітал, виробництво сталі та ін. У результаті аналітичного аналізу великого статистичного матеріалу країн Заходу, за період починаючи з кінця ХVIII століття до початку ХХ століття, вчений прийшов до висновку про наявність великих циклів кон'юнктури ринку тривалістю близько 50 років.

На думку сучасних дослідників, великі цикли (довгі хвилі) залежать від ряду факторів – поширення нововведень, зміни лідируючих галузей економіки та цілих поколінь людей, довгострокової динаміки норми прибутку та ін. Багато вчених вважають, що такі, наприклад, ситуації, як економічні підйоми і спади, періоди інтенсивної реалізації технічних нововведень, піки соціальної напруженості регулярно повторюються кожні 25-50 років і майже синхронні для більшості провідних країн світу.

У соціології поняття «соціальні зміни» співвідноситься з поняттям «соціальна стабільність». З формального боку вони є антиподами, але в реальній дійсності не виключають один одного. Соціальна стабільність не означає незмінність соціальних систем і відносин. Більш того, незмінність суспільства є ознакою

СОЦІОЛОГІЯ

застою, накопичення передумов конфліктності та потенційної дестабілізації.

Стабільне суспільство – це суспільство, що динамічно розвивається та в той же час є стійким до викликів у вигляді криз, з налагодженим механізмом соціальних змін, який запобігає розхитуванню його підвалин. Такий механізм включає ряд компонентів.

Соціальна стабільність забезпечується завдяки безлічі форм соціального контролю за поведінкою людей – від індивідуального несхвалення або осуду до різних соціальних санкцій (заборони, штрафи, покарання).

Серед дестабілізуючих суспільство чинників ключові місця займають такі, як поглиблення соціальної диференціації, зростання прошарку люмпенів, поява регіонів з низьким рівнем життя – «зон занепаду», розширення масштабів криміналізації соціуму, корумпованість владних структур, слабкість політичних еліт і посилення впливу екстремістських кіл, існування сепаратистських рухів, діяльність терористичних організацій, природні та техногенні катастрофи, що викликають невдоволення населення.

Соціальна стабільність залежить від стану політичної системи і перш за все держави, від ефективності гілок влади і взаємодії між ними, від здатності багатопартійної системи забезпечити представництво інтересів різних груп і прошарків суспільства.

Нарешті в зміцненні соціальної стабільності важлива роль належить такому фактору, як компроміс широких верств населення щодо основних цінностей суспільного життя.

Проблема подолання системних криз на сьогоднішній день є особливо актуальною для сучасного суспільства. Джерелами наростання соціальної нестабільності є:

- посилюється відчуження суспільства від влади;
- системний характер корупції;
- катастрофічні масштаби статусної та майнової нерівності;
- звуження каналів вертикальної мобільності;

- складність і суперечливість етноконфесійних відносин;
- розрив рівня розвитку і доходів представників еліт і пересічних громадян
- перетворення еміграції в загрозу для національної безпеки країни.

Дія цих чинників може спровокувати розкол любого, навіть стабільного, суспільства. Парадоксальність ситуації полягає в тому, що навіть оптимальний варіант реформ може ставити під загрозу стабільність існування масових груп і дуже нескоро забезпечити нову якість життя населення в цілому.

Інерційний варіант розвитку або анклавний характер модернізації може спровокувати прогресуюче відставання суспільства від динамічного розвитку світового співтовариства з подальшою втратою його позицій у світі. Отже, певні аспекти проблематики соціальної стабільності потребують подальшого осмислення. Для їх з'ясування необхідні фундаментальні дослідження конкретних соціальних співтовариств шляхом здійснення моніторингу їх станів, аналізу впливу на соціум внутрішніх і зовнішніх чинників.

4.2. Ключові теорії

соціальної структури та соціальної стратифікації

Соціальна структура є одним з елементів соціальної системи. Існують різні визначення цього феномену та безліч його трактувань. Поширеним є розуміння соціальної структури як сукупності класів, груп, шарів і етнічних спільнот, які вступають у взаємодію, в рамках їх співіснування. Усі ці складові соціальної структури неоднорідні за складом і в свою чергу поділяються на мікроспільноти. Деякі вчені розуміють соціальну структуру як сукупність статусів і ролей, функціонально пов'язаних між собою. Перші спроби макросоціологічного аналізу зазначеного соціального феномену були зроблені ще Платоном і Аристотелем.

Творець концепції ідеальної держави Платон розумів соціальну структуру як сукупність станів, що розрізняються

СОЦІОЛОГІЯ

становищем в громадянському суспільстві та роллю, що в ньому відіграють. У структурі сучасного йому суспільства філософ виділив наступні стани – філософів-правителів, варту-воїнів, ремісників, які створюють для держави життєві блага, а також рабів.

На відміну від Платона, з його диференціацією суспільства за становим критерієм, Аристотель вибудовував соціальну структуру ідеального поліса за віковим критерієм: молоді громадяни, які здійснюють військову функцію; люди поважного віку, які виконують управлінську функцію; люди фізичної праці (землероби і ремісники). Необхідний елемент соціальної структури поліса – раби.

Французький соціаліст-утопіст Ш. Фур'є розглядав соціальну структуру як сукупність груп, які відрізняються за функціями, що виконують в суспільстві, а відповідно до цього володіють певними розмірами багатства. Тривалий час в якості основи соціальної структури розглядалися класи, хоча вихідне поняття «клас» трактувалося по-різному. Найбільш відомі теоретичні підходи до поняття «клас», розроблені К. Марксом і М. Вебером.

У роботах К. Маркса відсутній систематичний аналіз поняття «клас». Його розуміння сенсу цього поняття реконструйовано з марксистського спадщини в цілому.

Для аналізу соціальної структури М. Вебер оперував не тільки поняттям «клас», а й поняттями «статус» і «партія». Статус співвідносився з соціальним престижем груп, а партія – з спільністю цілей та інтересів. Партії можуть не збігатися з класовими відмінностями, у разі якщо ґрунтуються на релігійній приналежності, націоналістичних ідеях або екологічних вподобаннях.

Таким чином, М. Вебер запропонував більш гнучку та сучасну основу для аналізу соціальної диференціації суспільства.

Відповідно до ідей К. Маркса, класи як великі групи людей, що розрізняються за відношенням до засобів виробництва (володіють або не володіють ними), за способом отримання доходів (прибуток або зарплата), за місцем в системі суспільного розподілу праці (експлуататори або експлуатовані). Головною

ознакою класів було визначено ставлення до засобів виробництва. Це визначення ґрунтується на суто економічному підході до класів і не враховує соціальні, політичні та духовні аспекти соціальної стратифікації.

Відповідно до наукового світогляду К. Маркса клас – це група людей, яка перебуває в однаковому ставленні до засобів виробництва, за допомогою яких вона забезпечує своє існування. В якості основних класів капіталістичного суспільства він розглядав два: ті, хто володіє засобами виробництва, – буржуазія або капіталісти, і ті, хто заробляє на життя, продаючи свою працю, – робітничий клас.

Робочі виробляють більше, ніж необхідно для оплати їх праці, таким чином утворюється додаткова вартість, яка стає джерелом прибутку капіталістів. Антагонізм цих класів базується на відчуженні трудящих від засобів виробництва. На думку К. Маркса, крім основних класів існують так звані перехідні класи. Це групи людей, що дісталися від колишньої суспільної системи, перш за все селяни.

Відкидав політичні погляди К. Маркса, погоджуючись з його уявленнями про зв'язок класів з об'єктивними економічними умовами, М. Вебер який звернув увагу на необхідність контролю над засобами виробництва від наявності чи відсутності якого залежить історичний розвиток суспільства. Разом з тим він вважав, що на формування класів впливають фактори, безпосередньо не пов'язані з власністю, перш за все рівень кваліфікації та майстерності. Ці фактори дозволяють людям зайняти більш вигідне становище на ринку праці і в значній мірі обумовлюють їх економічні відмінності.

Вчені в країнах Заходу виділяли таку соціальну категорія як класи, виходячи з наявності окремих, спільних ознак (родовід, дохід, професія, освіта, вид діяльності тощо), або з різних комбінацій цих ознак.

Ілюстрацією такого підходу може служити модель соціальної структури, розроблена в 30-40-х роках ХХ століття американським соціологом У. Уотсоном, яка стала об'єктом численних запозичень з боку інших науковців. Згідно з теорією

СОЦІОЛОГІЯ

У. Уотсона, суспільство складається з наступних класів – вищого-вищого, нижчого-вищого, вищого-середнього, нижчого-середньої, вищої-нижчої та нижнього-нижчого.

1. Вищий-вищий клас складають представники впливових і багатих династій, що володіють значними ресурсами влади, багатства і престижу в масштабах держави.

2. Нижчий-вищий клас складають банкіри, відомі політики, власники великих фірм. Вони не можуть бути прийняті до вищого-вищого класу, так як або вважаються вискочками з його точки зору, або не мають достатнього впливу в суспільстві.

3. Вищий-середній клас включає в себе процвітаючих бізнесменів, менеджерів великих фірм, відомих юристів, лікарів, видатних спортсменів, наукову еліту. У своїх областях діяльності вони володіють високим престижем і про них говорять як про багатство нації.

4. Нижчий-середній клас складають наймані працівники – інженери, середні і дрібні чиновники, викладачі, науковці, керівники підрозділів на підприємствах, висококваліфіковані робітники і т. Д.

5. Вищий-нижчий клас складають в основному наймані робітники, які створюють додаткову вартість.

6. Нижній-нижчий клас складають жебраки, безробітні, бездомні, іноземні робітники та інші представники маргінальних груп населення.

Модифікацією моделі У. Уотсона щодо процесів сучасного світу є трактування соціальної структури суспільства в найбільш розвинених країнах і в світі в цілому англійським ученим Г. Стендінгом в книзі «Прекаріат: новий небезпечний клас», опублікованій в 2011 році. Він вважає, що суспільство складається з чотирьох класів – прекаріату, старого робітничого класу, нового середнього класу і класу багатіїв та топ менеджерів.

Термін прекаріат, зазначає Г. Стендінг, був введений до наукового обігу французькими соціологами ще в 80-ті роки ХХ століття за аналогією з пролетаріатом індустріальної епохи і позначав тих, хто зайнятий на тимчасових роботах (сезонні

роботи – збирання врожаю). На сьогоднішній день **прекаріат** – це чисельно зростаюча соціальна спільнота, яка ще не сформувалася як клас. Вона включає всіх, хто зайнятий низькооплачуваною тимчасовою (precarious) або випадковою роботою, працює неповний тиждень і по суті не має шансів для кар'єрного зростання. Ці люди часто змушені погоджуватися на роботу, яка за своїм змістом нижче рівня їх кваліфікації та освіти. Головні соціально-демографічні категорії прекаріату – жінки і молодь – є атомізованою масою індивідів, котра важко піддається об'єднанню.

Зростання прекаріату Г. Стендінг в значній мірі пов'язує змінами в світовій економіці, що почалися з середини 1970-х років ХХ століття, і перш за все перенесенням частини обробної промисловості в Азію, китайської економічної експансією, яка скоротила сферу промислової праці в США і Західній Європі, міграцією з країн Півдня та пострадянського простору. Розвиток ринкової економіки розглядається науковцем як первинний фактор росту прекаріату, погіршення якості сукупного людського капіталу та архаїзація соціально-економічних відносин в країнах Заходу – як вторинний. З прекаріатом на соціальній піраміді межує традиційний робітничий клас, зайнятий на підприємствах старих галузей промисловості. Поки йому вдається зберігати деякі соціально-економічні досягнення, здобуті попередніми поколіннями в 50-60-ті роки ХХ століття.

Прекаріату протистоїть **саларіат** – це ті члени соціальної спільноти, хто отримує гідну оплату за свою роботу (good salary), користується системою державних і корпоративних соціальних благ і навіть бере участь в управлінні виробництвом, хоча і на низовому рівні. До саларіату примикають професіонали – наймані працівники, зайняті інтелектуальною творчою діяльністю і висококваліфікованою працею, зокрема, ті хто обслуговує високоточне технічне обладнання в різних галузях промисловості. Саларіат і професіонали, які обслуговують технічно складні галузі, утворюють новий середній клас, який сформувався в умовах пізньоіндустріального капіталізму 50-70-х років ХХ століття і став головним суб'єктом переходу до постіндустріальної економіки.

СОЦІОЛОГІЯ

Над саларіатом і професіоналами, згідно теорії Г. Стендінга, знаходиться клас багатіїв і вищих керівників (управлінців). Однак його положення становищ нестійке і соціально небезпечне через те, що прекаріат в силу нестабільності свого становища ворожий до навколишнього світу і схильний до радикалізації.

Запропоноване Г.Стендінгом трактування соціальної структури суспільства розвинених країн відображає сучасні реалії життя постіндустріального суспільства, констатуючи потребу в глибоких соціально-економічних перетвореннях і в той же час відсутність сильних соціальних суб'єктів, які могли б їх здійснити. Разом з тим вона не містить чітких, евристично значущих критеріїв для позначення такої соціальної категорії як клас.

Найбільш зваженим і збалансованим видається підхід до поняття «клас» запропонований одним з найбільших сучасних соціологів англійцем Е. Гідденсом. У роботі «Соціологія» він охарактеризував класи як великомасштабні групи людей, котрі володіють матеріальними ресурсами, що визначає той спосіб життя, який вони ведуть. На думку науковця класові відмінності, насамперед, залежать від добробуту людей і роду їх занять.

Цей підхід витриманий в дусі веберіанської традиції та підкреслює обумовленість класових відмінностей не тільки матеріальними ресурсами, а й родом занять їх членів.

На сьогоднішній день в країнах Західної Європи більшістю громадян визнано розподіл суспільства на наступні класи: вищий (підприємці, промисловці, управлінці, які володіють або безпосередньо контролюють засоби виробництва), середній клас (переважна частина «білих комірців» і фахівців) і робітничий клас («сині комірці», або люди, зайняті фізичною працею). У деяких промислово розвинених країнах, наприклад, у Франції та Японії, до недавнього часу важливу роль грав ще один клас – селяни. У країнах третього світу цей клас найбільш численний.

У цілому можна стверджувати, що поняття «клас», яке тривалий час було базовим для характеристики соціальної структури, так і не отримало скільки-небудь чіткого визначення.

Це обмежує дослідницькі можливості підходу до вивчення соціальної структури, який ґрунтується на понятті «клас».

Уявленням про класи як основу соціальної структури соціологія, особливо в США, протиставила теорії соціальної стратифікації. Прихильники цих теорій стверджують, що поняття класу, можливо, може бути застосовано для аналізу соціальної структури попередніх суспільств, але не сучасного, постіндустріального та інформаційного. У ньому в результаті акціонування відносини власності виявилися розмитими і тому втратили визначеність. Ось чому основою соціальної будови суспільства є саме страти (від лат. *stratum* – шар). Термін «стратифікація» прийшов до соціології з геології, де він позначає поділ пластів ґрунту в землі по вертикалі.

Відповідно до теорії стратифікації, **страти** – це групи людей, об'єднані насамперед статусними ознаками – владними, майновими, освітніми, демографічними, етнонаціональними, релігійними.

Науковці пропонують різні критерії стратифікації суспільства. Так П. Сорокін вважав, що стратифікація суспільства можлива трьох видів – економічна, політична і професійна. Це орієнтувало на поділ суспільства за критеріями доходу, впливу на його членів, знань і навичок.

Деякі відомі вчені здійснюють стратифікаційний аналіз на підставі однієї статусної ознаки. Так, Р. Дарендорф поклав в основу соціальної стратифікації поняття «авторитет». Воно, на його думку найбільш вдало характеризує владні стосунки та боротьбу між соціальними групами за владу. Відповідно до зазначеної концепції Р. Дарендорф розділів сучасне суспільство на керуючих, керованих и тих, що знаходяться між ними «новий середній клас».

Французький соціолог А. Турен вважав основним критерієм соціалізації доступ до інформації. Панівне становище в суспільстві, на думку науковця, займають люди, які мають максимумом інформації. В одному науковці збігаються основними вимірами соціальної стратифікації на сьогоднішній день є – дохід, влада, освіта, престиж.

СОЦІОЛОГІЯ

У сучасній соціології, як правило, виділяють наступні основні критерії соціальної стратифікації – дохід, багатство, владу, освіту и престиж. Отже теорія соціальної стратифікації виключно наукових критеріїв для виокремлення соціальних страт, а тому сприяє суб'єктивізації оцінок виокремлення соціальних прошарків. Тому виділяють декілька форм стратифікації:

– **ромбовидна**, де більшу частину суспільства (60-80%) становить середній клас, тому зазначена форма є характерною для країн Західної Європи та Північної Америки;

– **пірамідальна**, в якій велику частину населення (70-80%) становлять нижчі шари, бідні;

– **латиноамериканська**, де середній клас значний, однак не дорівнює кількості в розвинених країнах.

З цієї типології стратифікації видно, що особливого значення для інформаційного суспільства набуває верства середнього класу, який розглядається як чинник соціальної стабільності. До нього входять дрібні та середні підприємці, значна частина інтелігенції (інженери, вчителі, лікарі), кваліфіковані робітники. У першу чергу саме ці групи забезпечують поповнення податкової бази і внутрішнє інвестування, створення зразків соціально-економічної та соціокультурної поведінки.

Основні характеристики середнього класу такі:

– відносна економічна незалежність завдяки наявності власності та високому рівню професіоналізму, що гарантує високі статки;

– відчуття своєї значущості та унікальності;

– громадянськість і політична незалежність;

– зацікавленість в соціальній стабільності.

Різка майнова стратифікація суспільства сприяє його криміналізації, включаючи корумпованість і злочинність, може стати потужним дестабілізуючим фактором для розвитку суспільства в цілому.

На думку деяких науковців, формування середнього класу є найважливішою передумовою для переходу до

постіндустріального суспільства. Ця проблема досить складна, оскільки носить комплексний характер і не може бути зведена виключно до економічного аспекту, мова йде й про соціокультурну свідомість та рівень освіти.

4.3. Соціальна мобільність

Теорія соціальної стратифікації є методологічною базою для аналізу сукупності соціальних переміщень в суспільстві. Зміна індивідом чи групою соціального статусу, місця в соціальній структурі називається **соціальною мобільністю**.

Феномен соціальної мобільності в глобально-історичному плані дослідив П. Сорокіним а роботі «Соціальна мобільність», що є класичною для соціології працею з проблем соціальної стратифікації. Відповідно до поглядів П. Сорокіпа, соціальна мобільність означає переміщення індивідів соціальними сходами у вертикальному і горизонтальному напрямках. **Вертикальна мобільність** – це рух вгору і вниз, а **горизонтальна мобільність** – це пересування на одному і тому ж соціальному рівні. Найбільш значущим для суспільства процесом є вертикальна мобільність в обох своїх варіантах – висхідному і низхідному. Перший з них означає соціальне піднесення, рух вгору, другий означає соціальний спуск, рух вниз.

Висхідна мобільність може бути професійною (службове підвищення), економічною (зростання добробуту, збагачення), політичною (перехід на більш високий рівень влади). **Низхідна мобільність** існує у формі як витіснення окремих індивідів з більш високих соціальних статусів на більш низькі, так і зниженні статусів цілих соціальних груп. Прикладами цієї форми мобільності можуть служити зниження в нашому суспільстві соціального статусу інженерів на початку 90-х років ХХ століття.

Вертикальна мобільність особливо характерна для суспільства яке розвивається динамічно. Практика показує, що в низхідній мобільності укладено найбільший політичний потенціал. Такі процеси як втрата стійкості соціального стану (маргіналізація) і абсолютна деградація життєвих умов

СОЦІОЛОГІЯ

(люмпенізація) викликають зростання соціальної напруженості, провокують правий і лівий екстремізм. Негативні наслідки низхідної мобільності посилюються в державах, які переживають розпад домінуючих цінностей (аномія).

Основними каналами вертикальної мобільності, або **соціальними ліфтами**, П. Сорокін вважав соціальні інститути – армію, церкву, школу, власність, сім'ю.

Армія виконувала роль каналу вертикальної мобільності насамперед у воєнний час, коли втрати серед командного складу заповнювалися вихідцями з нижчих чинів. Під час війни з'являється можливість захоплювати трофеї, брати контрибуції, полонених. Завдяки армії найвищого стану в суспільстві домоглися Олівер Кромвель, Джордж Вашингтон, Наполеон Бонапарт.

Церква як канал соціальної мобільності перемістила велику кількість людей з низів до вершин суспільства, але тисячі її ворогів були віддані під суд, розорені, знищені.

Освіта за весь час існування людства була самим потужними каналами соціальної.

Сім'я і шлюб стають каналами вертикальної мобільності в тому випадку, коли в союз вступають представники різних соціальних груп з метою явного підвищення своїх статусів.

Горизонтальна мобільність може проявлятися в зміні професії, релігії, роду діяльності, місця роботи без помітного поліпшення соціального становища.

Різновидом горизонтальної мобільності є **географічна мобільність** – переміщення з одного місця в інше при збереженні статусу. Це перш за все міжнародний і регіональний туризм. Якщо зміна місця поєднується зі зміною статусу, то географічна мобільність перетворюється в міграцію.

Крім основних типів мобільності – вертикальної і горизонтальної розрізняють також мобільність міжпоколінну і внутріпоколінну, індивідуальну і групову, організовану добровільну і примусову.

Міжпоколінна мобільність відображає досягнення дітьми більш високої або більш низької соціальної позиції в порівнянні з батьками.

Внутріпоколінна мобільність проявляється у зміні індивідом своїх соціальних позицій впродовж життя, інакше кажучи, в його кар'єрі.

Індивідуальна мобільність – це переміщення окремого індивіда соціальними сходами, а **групова мобільність** – це колективне переміщення, наприклад, зміна правлячого класу або верстви, заміна еліти контрелітою.

До факторів індивідуальної мобільності соціологи відносять: соціальний статус сім'ї, виховання; рівень освіти, що здобувається; національність; фізичні та розумові здібності; зовнішні дані; місце проживання; вигідний шлюб.

Основними причинами групової мобільності П. Сорокін вважав соціальні революції, іноземні інтервенції і навали, міждержавні та громадянські війни, військові перевороти, зміни політичних режимів, заміну конституцій, селянські повстання, міжусобну війну аристократичних родів, створення імперій.

Організована мобільність – це соціальні переміщення індивідів або груп під управлінням держави. Існує в двох формах – добровільна та примусова.

Організована мобільність добровільна – керовані державою переміщення за згодою індивідів та груп (наприклад, трудова міграція). **Організована мобільність примусова** – керовані державою переміщення індивідів або соціальних груп, які здійснюються як санкції (наприклад, розкуркулення, етнічні виселення за наказом влади).

Соціальна мобільність може супроводжуватися **маргіналізацією** суспільства (*marginalis* – знаходиться на краю), та появою індивідів і груп, виключених із системи звичних соціальних зв'язків. Розрізняють економічних маргіналів, котрих позбавили колишнього статусу в результаті втрати роботи і матеріального благополуччя; політичних маргіналів, які втратили загальноприйняті норми і цінності політичної культури; етномаргіналів, що з'явилися в результаті міграції до іншого етнічного середовища. Втрата великими групами людей соціальної ідентичності здатна привести до дестабілізації суспільства.

СОЦІОЛОГІЯ

Соціальна мобільність вимірюється показниками швидкості та інтенсивності. Під **швидкістю мобільності** розуміється соціальна дистанція або число страт, які проходить індивід у своєму русі вгору або вниз за певний проміжок часу.

Під **інтенсивністю мобільності** розуміється число індивідів, які змінюють соціальні позиції у вертикальному або горизонтальному напрямках за певний проміжок часу. Число таких індивідів в якійсь спільності дає абсолютну інтенсивність мобільності, а їх частка в загальній чисельності суспільства служить показником відносної мобільності та виражається у відсотках. У проблематиці соціальної мобільності чимало дискусійних питань. Наприклад, перехід з влади в бізнес і навпаки – це мобільність горизонтальна або вертикальна? Якщо вертикальна, то висхідна або низхідна?

Масштаби і характер соціальної мобільності – це важливий індикатор ступеня відкритості чи закритості суспільства.

Запитання для самоконтролю знань

1. Сформулюйте поняття «соціальна структура».
2. Які основні підходи до поняття «клас» вам відомі?
3. Що таке «страта»?
4. Теорія соціальної стратифікації П. Сорокіна.
5. Які основні критерії соціальної стратифікації?
6. Охарактеризуйте соціальну мобільність та її основні типи.
7. Охарактеризуйте основні типи соціальних систем.
8. Розкрийте зміст поняття «модернізація суспільства».
9. Чим відрізняються еволюційні і революційні зміни?
10. У чому сутність циклічних соціальних змін?
11. Назвіть основні джерела наростання соціальної нестабільності?
12. Які аспекти проблематики соціальної стабільності потребують подальшого вивчення з урахуванням реалій сьогодення?

Список використаних та рекомендованих джерел**Основні**

1. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии / Макс Вебер Избранные произведения: [пер. с немецкого. сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова] . — М. : Книга, 1990. — 808 с.

2. Гидденс Е. Стратификация и классовая структура / Энтони Гидденс // Социологические исследования — 1992. — № 11. — С. 23-26.

3. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Роберт Мертон // Социологические исследования. — 1992. — № 2. — С. 122-123.

4. Милз Т. О социологии малых групп / Теодор Милз // Американская социология. Перспективы, проблемы, методы. — М. : Прогрес, 1972. — С. 82-93.

5. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М. : Прогрес, 1992. — 580 с.

6. Тённис Ф. Общность и общество / Фердинанд Тённис [пер. с англ. С. П. Баньковский] // Социологический журнал. — 1998. — № 3-4. — С. 207-229.

7. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества / Петр Штомпка [пер. с польского С. М. Черновой]. — М. : Логос, 2005. — С. 436-451.

Додаткові

1. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Эмиль Дюркгейм // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. — М. : АспектПресс, 1996. — С. 256-309.

2. Зиммель Г. Общение. Пример чистой или формальной социологии. Созерцание жизни / Георг Зиммель : Избранное; [пер. с немецкого М. И. Левина, Л. Г. Ионин, А. М. Руткевич, Э. М. Телятников] отв. ред. Л. В. Скворцов. — М. : Юрист, 1992. — Т. 2. — 397 с.

3. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122-139.

СОЦІОЛОГІЯ

4. Маркс К., Энгельс Ф. Происхождения семьи частной собственности и государства. Сочинения. 2-е изд. / Карл Маркс. — М. : Политиздат, 1969. — Т.23. — 470 с.

5. Миллс Ч. Высокая теория / Чарльз Райт Миллс : [пер. с англ. М. А. Киссея] // Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Информационный бюллетень ССА и др. Вып. 1. — М. : ИКСИ АН СССР, 1968. — 400 с.

6. Социологическая мысль Запада. Избранные произведения / [пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова] ; предисл. П. П. Гайденко. — М. : Прогресс, 1990. — 808 с.

7. Фромм Э. Иметь или быть / Эрих Фром : [пер. с нем. Н. Войскунской, И. Каменкович, Е. Комаровой, Е. Рудневой, В. Сидоровой, Е. Феединой и М. Хорькова.] — М. : «АСТ», 2000. — 128 с.

8. Фукуяма Ф. Що таке соціальний капітал? : Київська лекція Френсіса Фукуяма // День. — 2006. — № 177. — 17 жовтня. — С. 4.

Т Е М А 5.**ОСОБИСТІТЬ В СИСТЕМІ СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ**

- 5.1. Поняття особистості в соціологічній науці
- 5.2. Потреби, інтереси й ціннісні орієнтації особистості
- 5.3. Соціологічні теорії особистості.
- 5.4. Девіантна поведінка особистості.

5.1. Поняття особистості в соціологічній науці

«Дивних є багато в світі див. Найдивніше з них – людина». Цей дещо видозмінений вислів давньогрецького мудреця Софокла ось вже більше двох тисячоліть potwierджує свою істинність. І так само багато століть мислителі прагнуть осягнути суть і справдешні причини людських дій, бажань, взаємин, поведінки. Змінювались ери, народи, вдосконалювались способи досягнення істини, виникали й розвивались науки про людину і людські стосунки.

Ми вже неодноразово говорили про те, що сьогодення характеризується якісними та динамічними змінами в природному та соціальному середовищах життєдіяльності людини. Сучасний світ включає багато суттєвих викликів і загроз, що здатні поставити питання про базові засади існування людини. Проте в самій людині: її знаннях, культурі, моралі, світогляді, вірі, надії, любові, прагненнях до гармонії і соціальної справедливості – приховані основні відповіді на «старі» й «нові» питання і проблеми історичного розвитку.

Особливого значення та ваги проблема людини, суспільного розвитку в цілому, набуває в ХХІ ст. Сучасне людство накопичило величезні здобутки в галузі матеріальної та духовної культури, що створює сприятливі умови для якісно нового періоду в розвитку суспільства і людини. В той же час, кінець ХХ ст. позначився різким погіршенням якості навколишнього середовища: забрудненням повітря, водоймищ, зростанням шумових навантажень, знищенням багатьох видів тварин і рослин, іншими формами руйнування екосистеми.

СОЦІОЛОГІЯ

Не можна оминати увагою й таку істотну обставину. Суспільний розвиток, суспільні закони на відміну від природних діють не автоматично, а через свідомість і діяльність людей. Людина виступає основним елементом і фактором різного типу соціальних спільностей і систем. Позаяк об'єктивно в суспільстві взаємодіють різні соціальні спільноти, соціальні інститути, то людина, реалізуючи свою життєву програму, задовольняючи свої потреби, реально включається в діяльність різних соціальних систем. Кожна з цих соціальних систем впливає, формує і здійснює специфічний вплив на людину. Виходячи з цього, людина виступає об'єктом соціальних відносин різного типу на різних етапах історичного розвитку.

Разом з тим, людина виступає не тільки «актором», але й «автором» своєї історичної діяльності, є суб'єктом історичного розвитку. Діє людина, виходячи з своїх потреб, інтересів, соціальних орієнтацій та життєвих установок. Таким чином, людина виступає не тільки елементом більш осяжної системи, що зветься суспільством, але й сама є складною природно-соціальною системою зі своєю структурою, цінностями, пріоритетами.

І ось тут ми підійшли до одного дуже важливого моменту, без прояснення якого неможливо зрозуміти проблему особистості в соціології. Йдеться про розрізнення змісту категорій «людина» і «особистість». Вони близькі за змістом, але не ідентичні. Коли в соціології заходить мова про людину, то на увазі мають, по-перше, особливого роду біосоціальну істоту, основні характеристики якої є незмінними протягом усієї історії її існування.

По-друге, вживаючи поняття «людина», ми домислюємо, що йдеться про всіх окремих людей усіх епох і культур. Наприклад, якщо ми скажемо: «Людині притаманний страх», то це слід розуміти так: «Страх притаманний всім без винятку окремим людям усіх часів».

Якщо ж до вжитку уводиться поняття «особистість», то під ним розуміють **окрему людину, розглядувану з боку тих характеристик, які сформовані конкретним суспільством, пов'язують її з суспільством.** Наприклад, з боку її прав,

свобод і обов'язків чи з боку традицій, сподівань, норм поведінки. Отже, особистість – це категорія конкретноісторична, як і реальна особистість в реальному житті. Вивчення особистості в соціології – це дослідження окремої людини як суттєвого, важливого елемента соціального життя, соціальних відносин, впливу на її формування її з боку різних соціальних груп, спільностей, соціальних інститутів.

Тому як об'єкт соціальних відносин і суб'єкт історичної творчості саме особистість і виступає об'єктом вивчення соціології.

Соціологія особистості – це галузь соціології, предметом дослідження якої є особистість, яка виступає як об'єкт і суб'єкт системи соціальних відносин *на певних етапах конкретноісторичного розвитку людства, в рамках певного типу цивілізації*. Соціологія особистості також досліджує основні закономірності взаємовідносин між особистістю та соціальними спільнотами.

Соціологія особи вивчає такі основні групи проблем:

- особистість як елемент соціальних спільнот та соціальних інститутів, вплив системи суспільних відносин, світоглядних та ідеологічних структур на її формування, соціалізацію та виховання ;

- особистість як суб'єкт суспільних відносин, її творчо-активна діяльність суспільстві;

- особистість, як цілісна система її життєвих та ціннісних соціальних інтересів, орієнтацій та установок.

Формування особистості виступає результатом багатовікової діяльності людини і суспільства, оскільки людина не може жити і діяти за межами суспільства і співробітництва з іншими людьми. Оскільки в особистості органічно поєднуються біологічні і соціальні фактори, то її життєдіяльність відбувається через задоволення і реалізацію певних потреб. *Потреби особистості – це такі форми її взаємодії із навколишнім світом матеріальним, соціальним і духовним, необхідність яких зумовлена особливостями відтворення та розвитку її біологічної,*

СОЦІОЛОГІЯ

психологічної, соціальної, духовної якості та яка тією чи іншою мірою усвідомлюється, відчувається людиною.

5.2. Потреби, інтереси й ціннісні орієнтації особистості

Потреби – це внутрішній стимулятор діяльності особистості, це необхідність чогось, що об'єктивно доконечне для підтримання життєдіяльності і розвитку організму, людської особистості в цілому. Потреби відображають об'єктивну включеність і залежність особистості від природного і соціального середовища. Потреби особистості розділяються на матеріальні, соціальні і духовні. До матеріальних потреб особи належать потреба в їжі, житлі, різних предметах побуту, сексуальна потреба. Окрім матеріальних існують і соціальні потреби, які виникають тільки в суспільстві. Це, зокрема, потреба в спілкуванні з іншими людьми, в суспільній діяльності, суспільному визнанні і статусі, самореалізації та самоствердженні. До духовних потреб належать, до прикладу, потреба в знаннях, творчій діяльності, ідеалах і цінностях.

Всі ці потреби особистості органічно взаємопов'язані і взаємодоповнюють одна одну створюючи єдину систему. Разом з тим, вони складають ієрархію потреб особи. Це означає, що соціальні, духовні потреби особи модифікують, гуманізують і ушляхетнюють первинні потреби. Так, біологічна статева потреба людини, яка обумовлена її біологічною природою, суттєво «олюднюється» в процесі історичного розвитку суспільства. За ступенем реалізації статевої потреби можна оцінювати ступінь розвитку особи, тому що в сексуальні відносини між людьми влітаються соціальні і духовні цінності людини: кохання, моральна й естетична культура особи, її цінності, життєві установки.

Якщо за своєю природою потреби являються об'єктивними, то *інтереси* постають суб'єктивною стороною діяльності особистості. Тому інтерес - одна із найважливіших рушійних сил поведінки та діяльності особистості. Інтереси органічно пов'язані з потребами, але якщо потреба пов'язана із задоволенням, реалізацією життєвих засобів, то інтерес спрямований на

соціальні інститути, установи, норми взаємовідносин у суспільстві, від яких залежить розподіл цінностей і благ, які забезпечують задоволення потреб. Інтерес є суб'єктивною стороною ставлення особистості до соціальних інститутів, норм, цінностей, культури того чи іншого типу суспільства.

Потреби й інтереси особистості лежать в підмурівку ціннісних орієнтацій та життєвих настанов. Ціннісні орієнтації особистості являють собою систему соціальних цінностей, які спрямовують соціальну поведінку і діяльність особистості і поділяються нею. Система ціннісних орієнтацій виступає у вигляді конкретних і дієвих соціальних настанов, які регулюють поведінку і діяльність особистості, змушує її діяти (або відмовлятися від певних дій) певним чином.

В суспільстві особистість завжди виступає як сукупність всієї системи суспільних відносин. Це означає, що велика роль в становленні, формуванні особистості належить суспільним відносинам того чи іншого етапу розвитку цивілізації. Особистість інтегрується в суспільство через засвоєння системи соціальних норм і цінностей, елементів культури, традицій і звичок. Тому *процес засвоєння особистістю знань, норм поведінки, традицій, умінь, існуючих в даному суспільстві, а також знань, накопичених попередніми поколіннями називається соціалізацією*. Вона здійснюється в процесах становлення особистості, набуття нею соціальних якостей, ознак і властивостей в конкретноісторичному типі суспільства.

Соціалізація особистості в суспільстві

Соціалізація особистості відбувається під стихійним і цілеспрямованим впливом величезної кількості суспільних факторів, інститутів, суспільних норм і цінностей. Сім'я, товариші, система навчальних закладів, різного типу колективи, політичні організації, засоби масової інформації, література, мистецтво – тільки окремі елементи таких факторів. Проте особа не засвоює їх всі підряд і бездумно. Вона вибірково вбирає в себе здобутки людської цивілізації, спираючись на свої ідеали, ціннісні орієнтації, звички та настанови.

Тому за одних і тих самих суспільних умов, певного типу цивілізації ми маємо різні типи особистостей. Відсутність єдиних

СОЦІОЛОГІЯ

стандартів поведінки вказує на те, що за своєю сутністю соціалізація є двостороннім, різноспрямованим процесом, що носить суперечливий характер.

Соціалізація виконує дуже важливі як для особистості, так і для суспільства функції. Це, по-перше, процес взаємодії людей в суспільстві через виконання своїх соціальних ролей. По-друге, соціалізація також спрямована на збереження основ суспільного розвитку, насамперед уможливаючи зберігання, формування і розвиток загальнолюдських цінностей, які по-різному виявляються на всіх етапах суспільного розвитку. В сучасних умовах це вкрай актуальна і важлива функція соціалізації в суспільстві.

В соціологічній науці виділяються певні *рівні* соціалізації, тобто рівні інтеграції особистості в суспільство: соціально-економічний, функціональний, нормативний і міжособистісний.

У процесі соціалізації особи в суспільстві вирізняються також кілька *фаз* або *стадій* соціалізації. Це: соціальна адаптація, інтеріоризація, екстериоризація.

Соціальна адаптація означає пристосування особи до соціально-економічних умов, до рольових функцій, соціальних норм, що складаються на різних рівнях життєдіяльності суспільства, до соціальних груп і колективів, які виступають як середовище життєдіяльності особи. Однак на стадії адаптації ці норми просто приймаються особистістю як щось необхідне, але чисто зовнішнє, таке, яке не проникає у внутрішні фібри душі.

Інша річ – інтеріоризація. Інтеріоризація означає процес включення соціальних норм і цінностей у внутрішній світ людини. Це призводить до того, що внутрішньо сприйняті норми, цінності, настанови не просто засвоюються, але стають основою життєвої позиції особи, основним мірилом і орієнтиром у її життєдіяльності.

Під екстериоризацією розуміють об'єктивізацію (опредметнення) внутрішнього світу людини в теоретичній, практичній і духовній діяльності, в процесі спілкування і соціальної взаємодії, що має різноманітний характер: конструктивний або деструктивний, соціально або особистісно орієнтований, активно-творчий або пасивно-конформістський

характер. Таким чином, соціальна діяльність і поведінка людини виступає об'єктивним критерієм її соціальної значимості.

Виділяються *етапи первинної і вторинної соціалізації*.

Первинна соціалізація визначається впливом безпосереднього оточення, включаючи перш за все сім'ю, друзів. Це – засвоєння соціальних норм і цінностей, правил поведінки що най перш дитиною, поступове входження її в систему конкретної культури.

Вторинна ж соціалізація належить до опосередкованого, або формального оточення і складається із впливу системи соціальних інститутів на життєдіяльність особистості. Це – засвоєння соціальних ролей, властивих життєдіяльності дорослої людини.

Кожен з цих етапів соціалізації не є чітко послідовним і прямолінійним процесом. Вони також розподіляються на ряд більш конкретних ступенів соціалізації.

Якщо ж вести мову про структуру соціалізаційних процесів, то найважливішими елементами соціалізації є:

- соціальне середовище;
- особистість як суб'єкт спілкування;
- особистість як суб'єкт діяльності.

В ході взаємодії особистості з соціальним середовищем і утворюється феномен соціалізації. Цей процес може виявлятися як пристосування, незалежність, співробітництво, або навпаки, як суперництво і конфлікт. Схема процесів, що йдуть від ізоляції до зближення може бути схематично окреслена таким чином: на початковій стадії ми маємо справу з ізольованою, відчуженою, відокремленою діяльністю особистості. Перехідною стадією є соціальний контакт і соціальний зв'язок. Початковою стадією об'єднання є компроміс, толерантність, відбувається процес взаємозасвоєння уявлень чи норм, що веде до зближення, взаєморозуміння суб'єктів соціалізації. Проте це складний і суперечливий процес, що включає в себе конструктивні і деструктивні параметри, що мусять бути враховані в характеристиці ефективності процесу соціалізації.

За стадіями деякі автори виділяють також дотрудову, трудову і післятрудову соціалізацію. Всі ці стадії охоплюють

СОЦІОЛОГІЯ

життєвий цикл кожної окремої особи. На кожній із цих стадій є свої, характерні параметри. Так, для дотрудової стадії характерними є гра (дитячий період), навчання (дотрудовий період). Соціологічні дослідження, які були проведені останніми роками, показують, що, якщо на післятрудої стадії людей похилого віку включати в процес навчання (нові професії, нове спілкування, нові знання), то це стимулює їхню творчу діяльність, яка своєю чергою плідно відбивається на їхньому здоров'ї і самопочутті.

Процеси соціалізації мають конкретно-історичний характер, пов'язаний з пануючими економічними і соціальними умовами. А це призводить до того, що державні і соціальні інститути даного суспільства прагнуть формувати певні якості громадян даного типу суспільства. Такий цілеспрямований і значною мірою регульований процес називається *соціальним вихованням*.

Але повністю регулювати процеси соціалізації жодне суспільство не може. З цілого ряду причин у свідомості і діяльності окремих людей або соціальних груп виникає *девіантна, тобто така поведінка, що відхиляється*.

Процес, зворотної соціалізації, називається десоціалізацією. Внаслідок цього особистість може частково, або повністю втратити засвоєні норми, цінності. Обмеження або ізоляція особистості в спілкуванні з іншими людьми, деструктивний вплив соціальних технологій маніпулювання свідомістю особистості можуть стимулювати цей процес. Такий характер поведінки і діяльності особи приводить до соціального відчуження, часткової соціально-духовної її деградації.

Вивчення проблем соціології особи в суспільстві завжди має велике теоретичне і практичне значення. Особливо актуальним стає дослідження проблем особи в сучасних умовах соціально-політичного розвитку України.

У перехідних суспільствах часто відбувається процес ресоціалізації, який зумовлює в особистості зміну поглядів на суспільство і процеси його функціонування, переоцінку своїх цінностей і життєвих позицій, набуття нових ціннісних орієнтацій, стилю і способу свого життя. Цей соціальний процес

проходить дуже складно і драматично як для окремої особи, так і суспільства в цілому.

Нині Україна переживає складний перехідний період свого історичного розвитку. Іде протиборотство різних соціальних груп і політичних сил. Невизначеність і нестабільність, досить висока швидкість суспільних процесів – все це ставить нові вимоги до діяльності громадян України.

Різка зміна цінностей і соціальних орієнтирів у багатьох людей породжує невпевненість, страх перед майбутнім. В той же час відбувається певний процес концентрації, інтеграції позитивної соціальної енергії громадян України, їх більш критичне ставлення до проблем і процесів розвитку суспільства.

В цьому плані позитивною тенденцією в сучасному українському суспільстві набуває процес становлення соціальної солідарності серед різних соціальних груп. Тому вивчення різних сторін суспільного розвитку, різних граней поведінки людини в Україні за допомогою конкретних соціологічних досліджень і їхнього теоретичного узагальнення певною мірою буде сприяти демократичному і конструктивному виходу України із кризової ситуації.

На зміну таким соціальним типам особистості, що домінували в перший період незалежності України як, наприклад, «розчинення» особистості в суспільному класі, в нації, в суспільстві; відчуження особистості від суспільства; «перехідний» тип особистості, якому притаманне амбівалентне ставлення до суспільних процесів і т. ін., зараз все більшою мірою актуальною та значимою стає формування активно-критичного типу особистості, становлення громадянської культури і активної життєвої позиції особистості.

Масові соціальні протести 2004-2005 та 2013-2014 років саме й були оцим виявом соціальної активності багатьох громадян України різних національностей та різних демографічних груп у забезпеченні соціальної справедливості, подальшої демократизації суспільного життя, утвердження гідності людини, реальній конструктивній модернізації всіх сфер суспільного життя.

СОЦІОЛОГІЯ

В попередніх темах вже відзначено, що основними елементами соціальної структури суспільства є особистості, що займають певні позиції /статус/ і виконують певні соціальні функції /ролі/, та об'єднання цих особистостей на основі їх статусних ознак в соціальні групи, соціальні спільноти, входження в сформовані соціальні інститути.

Ця обставина змушує нас докладніше зупинитись на висвітленні категорії статусу особистості. Соціальний статус постає характеристикою соціальної позиції індивіда в конкретному типі суспільства. Соціальний статус це – нижче або вище становище /позиція/ особистості, в ієрархії соціальної структури суспільства, а також сукупність її прав, свобод і обов'язків.

Типологія статусів багатовимірна. Статуси можуть бути формалізовані і неформалізовані. Формалізовані статуси, як правило, краще закріплені, захищені законами та соціальними нормами /статус ректора університету, статус народного депутата/. Особа, яка займає подібний статус, має точно визначені права, привілеї, переваги та обов'язки. Такий статус виникає в рамках формальних соціальних інститутів та соціальних групах і має суттєві переваги перед неформалізованими статусами. Неформалізований статус /неформальний лідер колективу/ має нечіткий характер і спирається на громадську думку. Люди завжди намагаються захистити свої статуси певними символами. Символами можуть бути: вчені ступені та вчені звання, форма та військові звання, ордени та медалі, почесні звання та премії.

Статуси можуть бути приписуваними та тими, що досягаються. Приписувані статуси /разом з правилами та обов'язками/ отримуються з народження: раса, національність, стать, родинне становище, вікові характеристики. Цей статус здобувається власними зусиллями протягом життя: освіта, знання, професія, досягнення. Сучасні суспільства характеризуються як суспільства «досяжного статусу», оскільки багато що в них залежить від індивідуальної енергії, волі, амбіцій, честолюбства, підприємливості конкретної особистості. Важливими характеристиками досяжного статусу, який

соціально приваблює людей є соціальний ранг і соціальний престиж статусу.

Поняття «статус» нерозривно пов'язане з поняттям «роль». Якщо статус фіксує певну соціальну позицію індивіда і він є статичним, то роль – динамічна характеристика, яка визначає, як мусить вести себе людина, яка займає певний статус. Соціальна роль визначається як сукупність нормативно обумовлених соціальних функцій і властивостей, очікувань і зобов'язань, які витікають з певного статусу. Роль характеризується як динамічний аспект статусу. Кожний статус включає в себе певний набір настанов, норм, цінностей, правил поведінки, які є обов'язковими для виконання. Статус потребує дій, а сама дія, що регулюється і направляється нормами – це є роль. Статусу відповідають кілька ролей, які суспільство очікує від людини певного статусу – так званій «рольовий набір», за термінологією Р. Мертона.

5.3. Соціологічні теорії особистості.

В соціології вироблено ряд теорій особистості. Дуже коротко розгляньмо найвідоміші з них.

Рольова теорія особистості. Згідно з цією концепцією особистість – функція, похідна від комплексу тих соціальних ролей, в які вона втягнена і які вона виконує в суспільстві на даний момент своєї життєдіяльності. Цю теорію свого часу досить широко використовували психологи та соціологи в дослідженнях проблем особистості (Дж. Мід, Р. Лінтон, І. Кон та ін). Суть цієї теорії полягає в тому, що особистість «описується» через засвоєні і прийняті даним індивідом (свідомо чи вимушено) соціальні функції та зразки поведінки, зумовлені статусом особистості в даному суспільстві чи в даній соціальній групі.

Оскільки ролі пов'язані з перебуванням людини одночасно в різних соціальних групах (робітник, батько, українець, член тої чи іншої партії), то особистість - це похідна від сукупності тих груп, у які включений індивід. Соціальна роль виступає як соціальна функція, модель поведінки, об'єктивно задана

СОЦІОЛОГІЯ

соціальною позицією особистості в системі суспільних або міжособистісних відносин.

Позитивним моментом цієї концепції є те, що вона конкретно і детально описує всі функції особистості, її прояви у різних формах власного життя. А ось її недоліком є те, що вона певною мірою ігнорує такі фундаментальні базові характеристики суспільства і особистості як: класовий, національний, релігійний і т.п. характер суспільних відносин.

Диспозиційна теорія саморегуляції соціальної поведінки особистості. Основне поняття цієї теорії - диспозиція особи – означає схильність особистості до певного сприйняття умов діяльності та до певної поведінки в цих умовах.

Виділяються дві групи таких диспозицій. Найвищі диспозиції особистості – життя особистості, її стратегічні життєві плани, її ціннісні орієнтації та установки. Нижчі диспозиції (ситуативні соціальні установки) визначають поведінку особистості в даних конкретних умовах, в даному предметному і соціальному середовищі. Найвищі диспозиції, за описуваною теорією, активно впливають на нижчі, але останні відносно самостійні, що забезпечує адаптацію особистості до зміни умов життя і діяльності при збереженні стійких вищих диспозицій.

Щодо «механізму» дії різних диспозицій, то ця теорія пояснює його таким чином: найвищі диспозиції впливають і орієнтують загальну спрямованість соціальних мотивів і поведінки особистості, нижчі – поведінку в певних сферах діяльності та вказують на спрямованість поведінки в типових соціальних ситуаціях.

Психоаналітична теорія особистості. Автором цієї теорії був видатний австрійський психіатр і психолог Зигмунд Фройд. За Фройдом особистість має троїсту структуру: Ід (воно), Его (я), Суперего (над-Я). Ід – підсвідоме джерело енергії особистості, воно виникає з інстинктів, які сформувались в людини ще тоді, коли вона перебувала в тваринному стані. Ці первісні інстинкти (збереження життя, продовження роду, захисту своєї території, агресії, отарний інстинкт, інстинкт вожака та ін.) уможливили виживання на цій стадії людини як біологічного виду. Але вже в людському суспільстві ці інстинкти стають небезпечними для

суспільства і особистість потребує певного механізму обмеження дії Ід. Функцію цього обмеження виконує Его. Его прагне притлумити прорив у свідомість небезпечних інстинктів. Притлумлення відбувається через нав'язування особистості культурних норм (законів, звичаїв, традицій, заборон). Сукупність цих норм і складає зміст Суперего.

Теорія розвитку особистості Жана Піаже. Ця теорія зосереджується на проблематиці раціонального, розвитку мислення особистості, зокрема на вихованих процесах навчання мислиневих операцій. Процес формування мислення проходить ряд стадій. Кожна стадія – це нові знання і нові звички. Перша стадія – сенсорно-моторна притаманна дітям віком від народження до двох років. На цій стадії діти навчаються утримувати в пам'яті образи об'єктів навколишнього світу. Наступна стадія – від 2 до 7 років, коли діти навчаються розрізняти символи і значення цих символів. Від 7 до 11 років настає стадія конкретних операцій, коли діти виконують завдання в «в пам'яті», від 12 до 15 років – стадія формальних операцій.

Теорія розвитку особистості Лоуренса Кольберга дещо розвиває теорію Жана Піаже. Якщо теорія Ж. Піаже мала справу головним чином з когнітивним (раціональним) розвитком особистості – розвиток пам'яті, навчання людини – то теорія Л. Кольберга вказує на те, що людина в своєму розвитку проходить процес емпатії (співпереживання почуттів до інших людей).

Розвиток особистості, за Кольбергом, проходить шість стадій морального розвитку. Перші дві стадії стосуються дітей, у яких ще не сформоване ставлення до понять про добро і зло. На цій стадії діти діють, щоб не бути покараними або коли їх заохочують. На третій стадії проходить процес пристосування людини до конкретних норм, вимог суспільства. На четвертій стадії люди усвідомлюють наявність великих соціальних спільностей і соціальних норм, в рамках яких повинна діяти людина. На двох останніх стадіях людина здатна до моральної поведінки

СОЦІОЛОГІЯ

автономно, самостійно, незалежно від існуючих загальноприйнятих в даному суспільстві цінностей.

Марксистська теорія особистості. Творцями цієї теорії були видатні мислителі XIX століття К.Маркс і Ф. Енгельс. Вихідним положенням марксистського вчення є розуміння людини як сукупності усіх суспільних відносин. Саме в цій сутнісній якості людина виступає як особистість, загальні характеристики якої визначаються історичним типом суспільства, а особистість – конкретно-історичними умовами її життя. При цьому суспільство значною мірою формує особистість. Разом з тим, людина – не пасивний продукт соціального середовища, життєвих обставин, адже способом її існування (і відповідно способом існування суспільства) є предметно-практична діяльність, що перетворює світ.

З іншого боку людина, за К. Марксом, є продуктом історичного розвитку суспільства, продуктом свого часу. Людина займає відповідне місце в системі існуючих суспільних відносин. Це раб чи вільний громадянин, кріпак чи феодал, пролетарій чи буржуа. Від того, в яку історичну епоху живе людина і яке місце вона посідає в суспільстві, залежать спосіб її життя, світогляд та ідеали. В класовому суспільстві особа втілює в собі природу класу або соціального прошарку, до якого вона належить.

Залежність особистості від об'єктивних політико-економічних, соціально-культурних особливостей соціалізації індивіда дає картину різних соціальних типів особистості в рамках однієї соціально-економічної формації, іншими словами, кожна епоха породжує свої типи особистостей, які несуть на собі відбиток виробничих, класових, національних, політичних, релігійних, культурних відносин.

Марксизм не зводить усі якості особистості до соціальних. Більше того, він наголошує на особливій важливості біологічних та інших якостей у формуванні особистості, індивід є продуктом суспільства, а історія суспільства є історією спільної діяльності людей.

Найвищим проявом соціальної сутності людини, виходячи з марксистської теорії, є самоутвердження, самореалізація особистості в суспільному житті. А для цього необхідно створити

такі соціальні відносини в суспільстві, які б відповідали цій сутності особистості. Тому важливою категорією марксистської теорії є «відчуження». Це означає, що в процесі класової боротьби повинні бути створені такі соціальні відносини, які б відповідали гуманістичним ідеалам в розвитку людини.

Ряд соціологічних теорій особистості значне місце приділяють такому важливому компоненту життя особистості, як процесу її взаємодії і спілкування з іншими людьми. Це й *теорія „дзеркального Я”*, розроблена американським соціологом Ч.Кулі і систематизована Дж. Мідом. В цій теорії заакцентоване вирішальне значення взаємодії особистостей в процесах пізнання й суспільного розвитку. „Дзеркальне Я” – це таке відчуття особистістю своєї власної визначеності, „відчуття власного Я”, яке формується у людини в результаті спілкування з іншими людьми. Найбільш продуктивно ця теорія може застосуватися у вивченні процесу спілкування і взаємодії людей у малих соціальних групах.

Згідно з *теорією обміну* Дж. Хоуманса люди взаємодіють між собою на основі свого соціального досвіду. При цьому вони кожний раз зважують можливі винагороди і витрати. Кожна людина, згідно з цією теорією, намагається урівноважити винагороди і витрати, щоб взаємодія з іншими була приємною і корисною. Дж. Хоуманс розглядає соціальну взаємодію, як складну систему обмінів, обумовлених різними способами врівноваження винагород і витрат. Врахування цієї теорії дає можливість ефективніше враховувати взаємодію керівника і підлеглого, викладача і студента в процесі спільної взаємодії і спілкування.

Теорія символічного інтеракціонізму глибоко досліджує інтерактивну (міжособистісну) сторону спілкування між людьми. Дж. Мід, як представник цієї теорії, розглядав вчинки людини, як соціальну поведінку, що ґрунтується на обміні й оцінці інформації. Він вважав, що люди реагують не тільки на вчинки інших людей, але й на попередні їх наміри. Сутність символічного інтеракціонізму полягає в тому, що взаємодія між людьми розглядається як постійний і безперервний діалог. У такому процесі спілкування люди спостерігають, осмислюють і оцінюють наміри один одного і відповідно реагують на них. Реакція людини

СОЦІОЛОГІЯ

на поведінку і наміри іншої людини визначається певним символом. Людське спілкування обумовлене здатністю його учасників однаково інтерпретувати значення певних символів.

Значне місце серед соціологічних концепцій особистості належить *теорії референтної групи*. Особливого значення набуває ця теорія в сучасному суспільстві, коли зростає роль засобів інформації, реклами, процесу інформаційної глобалізації – всього того, що активно впливає на процес формування особистості. Термін „референтна група” увів американський соціальний психолог Г. Хаймен. Референтна група – це така соціальна група, соціальний статус і соціальний престиж, стиль життя і стандарти поведінки якої є бажані для конкретного індивіда, на що він орієнтує свою поведінку.

Останнім часом в соціології досить активно опрацьовується проблематика типології особистості. Існує багато спроб виявити типологію особистостей і за допомогою цих теорій вчені намагаються знайти систему основних характеристик людини. Типологія в соціології продовжує і розвиває типологію особи К. Юнга. Згідно з концепцією К. Юнга кожна людина належить до одного із 16-ти типів особистості.

У соціології з допомогою ідентифікації характеристик конкретної особи встановлюється певний соціономічний тип. Основними характеристиками особи, які називаються «ознаками типів» є такі: «раціональність - ірраціональність», «екстраверсія - інтроверсія», «логічність - етичність», «сенсорність— інтуїтивність». Комбінація цих чотирьох ознак - по одній з кожної пари - дає 16 соціотипів.

5.4. Девіантна поведінка особистості

Соціальне життя суспільства характеризується складною системою соціальних зв'язків, соціальної взаємодії і соціальних відносин між різними людьми, соціальними групами. Більшість членів суспільства діють в рамках соціальних законів, норм, традицій певного типу суспільства.

У реальному житті є певна кількість людей, які з тих чи інших причин діють всупереч або проти існуючих чи пануючих норм і

стандартів поведінки і життя. Це означає, що соціальні відхилення (девіація) стають властивістю кожної соціальної системи. Слід відзначити, що проблему соціальних відхилень вивчають такі науки, як: кримінологія, правова статистика, соціальна психологія і ряд інших. Соціологія займається виявленням найбзагальніших причин і наслідків девіації, її впливу на розвиток соціальних процесів, показує шляхи раціонального контролю, запобігання та ліквідації наслідків соціального відхилення за допомогою економічних, соціальних та політичних заходів.

Під девіантною (від лат. *deviato* – відхилення) поведінкою в соціології розуміють дії і вчинки людей, соціальних груп, що суперечать соціальним нормам, визнаним в суспільстві шаблонам і стандартам поведінки. Сутність девіантною поведінки полягає в не дотримуванні, запереченні чи відхиленні від вимог соціальної норми, у виборі іншого, ніж приписує суспільство, варіанту поведінки в тій чи іншій ситуації, що призводить до порушення взаємодії особистості і суспільства, групи і суспільства, особистості і групи. В основі відхилень лежить конфлікт цінностей, інтересів, розходження потреб, деформація способів їх задоволення, прорахунки у вихованні, життєві негаразди тощо.

Вперше концепцію поведінки, що відхиляється від норми, сформулював французький соціолог Еміль Дюркгейм. Він приділяв у своїй діяльності багато уваги проблемі вивчення порядку та безладу в суспільстві. Він запропонував концепцію колективної свідомості або сукупності переконань і поглядів, яких дотримуються всі члени суспільства. Соціальна інтеграція існує тоді, коли члени суспільства (або групи) надають вірогідного значення його нормам і керуються ними в своєму житті. Коли ж індивід не бажає дотримуватись загальних норм, виникає аномія, тобто такий стан суспільства, в якому значна частина його членів, знаючи про існування зобов'язуючих їх норм, ставиться до них байдуже або негативно. Це може бути особливо розповсюджено в екстремальних соціальних ситуаціях.

Девіація (відступ від установлених норм) може бути різною. Вона може охоплювати як корисні відхилення від норм, так і дезорганізуючі вчинки, соціальну патологію як найбільш стійкі, небезпечні для суспільства та особистості соціальні відхилення у

СОЦІОЛОГІЯ

поведінці. Девіацію можна визначити і як вчинки, діяльність людей, суспільних груп, що не відповідають установленим у даному суспільстві нормам або визнаним шаблонам і стандартам поведінки. При цьому під соціальною нормою слід розуміти характеристику таких явищ і процесів, що є закономірними для даної суспільної системи.

Індивідуальні негативні відхилення від норм набувають соціальних якостей за таких певних умов, як-то:

- однакова спрямованість таких відхилень у схожих груп людей в однакових умовах;
- близькість або навіть єдність причин, за яких вони виникають;
- наявність певної повторюваності, стійкості названих явищ.

Таким чином, соціальні відхилення – це не випадкові факти, а процеси, які набули певного поширення у суспільстві або виявляють тенденцію до нього.

Відносна природа девіації свідчить про те, що неприпустимо навішувати ярлик девіації на будь-який тип поведінки і за всіх можливих обставин.

Є різні точки зору на причини девіантної поведінки в суспільстві. Так, наприкінці XIX ст. італійський лікар *Цезаре Ломброзо* виявив зв'язок між кримінальною поведінкою та певними фізичними рисами людини. Він вважав, що люди схильні до визначених типів поведінки за своїм біологічним складом, стверджував, що «кримінальний тип» асоціюється з поверненням до більш ранніх стадій людської еволюції. Цей тип можна визначити за такими рисами, як виступаюча нижня щелепа, ріденька борідка та знижена чутливість до болю. Теорія Ломброзо набула досить широкого розповсюдження.

Крім біологічних підходів до аналізу девіантної поведінки, активно розробляються психологічні та соціологічні. Щодо психологічного підходу, то він, як і біологічний, часто пов'язаний з аналізом кримінальної поведінки. Вчені, які намагалися дати психологічне пояснення девіації, підкреслювали важливість аналізу таких загальних станів, як «розумові дефекти», «дегенера- тивність», «недоумство», «психопатія». Кримінологи намагалися

знайти наукові методи визначення зв'язку між таким станом і кримінальною поведінкою. *Психоаналітики* запропонували теорії, які встановлювали зв'язок між девіантними вчинками і багатьма психологічними особливостями. Так, вже згаданий нами З. Фройд запровадив поняття про «потенціальних злочинців з почуттям вини». Йдеться про людей, які бажають, щоб їх спіймали та покарали, тому що вони відчують себе винними.

Однак треба зазначити, що на основі тільки однієї психологічної особливості, конфлікту чи «комплексу» не можна пояснити сутність злочинності чи інших відхилень у поведінці особи. Більш імовірно, що девіація складає цілу сукупність соціальних і психологічних факторів.

В основі соціологічних пояснень девіації визначаються спільні соціальні фактори, як причини девіацій: відсутність норм і розрив між цілями суспільства та засобами досягнення цих цілей (теорія аномії) і культурні цінності, що збуджують людей до девіантної поведінки (культурологічні теорії); наявність тих, хто оцінює людину з точки зору девіації (теорія стигматизації або ж навішування ярликів); розробка законів як джерела суспільного конфлікту (радикальна кримінологія) та ін.

Всі ці теорії називають девіантною поведінкою, яка відхиляється від норм із знаком «-». Але у всякому суспільстві завжди є люди, поведінка яких певною мірою випереджає існуючі стандарти і виступає прогресивнішою порівняно з ними. Такий вид поведінки найбільш притаманний суспільству в часи різких соціальних зрушень. Згідно з цією класифікацією, запропонованою Р. Мертоном, такий вид девіації як *конформізм* передбачає узгодженість між цілями суспільства і застосуванням законних засобів їх досягнення; інший тип – *інновація* – припускає наявність цілей, але одночасно й відкидання соціально схвалених засобів їх досягнення; *ритуалізм* пов'язаний з відкиданням цілей та визначенням засобів; Четвертиц тип – *ретризм* – виявляється там, де людина заперечує соціально схвалені засоби та цілі; *бунт* передбачає екстремальний характер відкидання цілей та засобів із заміною їх новими.

Таким чином, враховуючи місце та роль девіації в житті суспільства, а також той факт, що вона може виявлятися не тільки

СОЦІОЛОГІЯ

із знаком «+», але із знаком «-», її вивчення повинно бути об'єктом дослідження в соціології.

Шляхи удосконалення поведінки особистості в суспільстві означають постійне поліпшення навколишнього природного і соціального середовища, зростаюче задоволення життєвих потреб кожної людини, що детермінують збіг її особистісних інтересів, цінностей, мотивів, цілей із загальноприйнятими.

Запитання для самоконтролю знань

В чому полягає актуальність вивчення проблем людини в сучасних умовах?

Які основні проблеми вивчає «соціологія особистості»?

Визначте поняття „особистість”.

Що таке соціалізація особистості в суспільстві?

Які соціальні фактори сприяють конструктивному процесу соціалізації особистості в суспільстві?

Які соціальні фактори ускладнюють процес ефективної соціалізації особистості в суспільстві?

Які є основні соціологічні теорії особистості?

В чому полягає суть девіантної поведінки особистості в суспільстві?

Якими є основні напрями девіантної поведінки особистості в сучасному українському суспільстві?

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Лукашевич М.П., Туленков М.В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії: Навч. посібник. - К., МАУП, 2010.

2. Соціологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів /За ред. В.Г.Городяненка.- К.: Видавничий центр „Академія”, 2015.

3. Соціологія. Підручник (за редакцією Ятченка В.Ф.).- К.: «Міленіум», 2018.

4. Лукашевич М.П. Соціалізація: Виховні механізми і технології. Навч.метод.посібник. Інститут змісту і методів навчання.- К., 2011.

Додаткові

1. Бевзенко Л. Життєвий успіх, цінності, стилі життя. – Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2007, №4.
2. Горшков М. Фоби, угрозы, страхи: социально-психологическое состояние российского общества //Вопросы философии. 2009. № 7.
3. Гусейнов А. Соционормативная сфера культуры //Вопросы философии. 2008. №8.
4. Гуцаленко Л.А. Нужна ли социология жизни живая личность/ Социс. 2003, № 10.
5. Злобіна О. Особистісна складова суспільних змін: соціологічний контекст. //Соціологія: теорія, методи, маркетинг.- 2003. - №3.
6. Злобіна О. Стиль життя і соціальні типи особистості. – Соціологія: теорія, методи, маркетинг.- 2006.-№1.
7. Круглий стіл „Особистість у контексті глобалізації”. //Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. - №2.
8. Хутка С. Соціальна адаптивність особистості: концептуалізація поняття. – Соціологія: теорія, методи, маркетинг.- 2007. №2.
9. Яковенко А. Про смисл життя з позиції соціальної рефлексії //Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2011. - №4.

Т Е М А 6.

**ОСОБИСТІТЬ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ ЯВИЩ,
ЗВ'ЯЗКІВ І ПРОЦЕСІВ**

6.1. Поняття та структура особистості. Особливості соціологічного аналізу особистості.

6.2. Процес соціалізації особистості: сутність, агенти, етапи

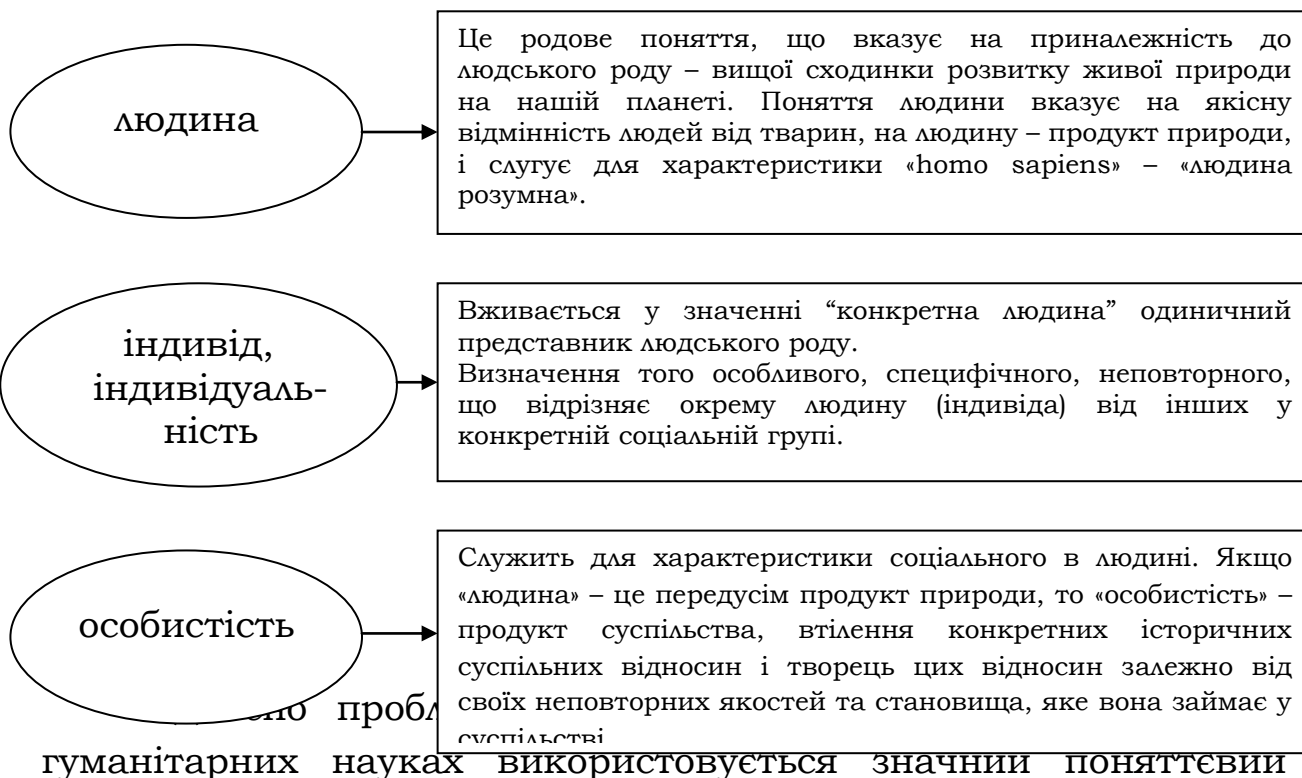
6.3. Типології особистості, поняття соціального типу і соціального характеру особистості

6.1. Поняття та структура особистості.

Особливості соціологічного аналізу особистості

Суспільство – це світ людей. Людина живе у цьому світі: вона в ньому народжується, розвивається, стає особистістю; через нього сприймає певні знання, цінності, норми поведінки; через нього включається в різні види діяльності, взаємодіє з оточенням, набуває певного соціального становища.

У буденній свідомості досить часто ототожнюються поняття «людина», «особистість», «індивід». У соціології ці поняття як синоніми не використовуються і достатньо чітко розрізняються.



...що пробл
гуманітарних науках використовується значний поняттєвий

апарат. Це зумовлено, передусім, складністю феномена. Сутність поняття «**особистість**» у соціології розкривається через зміст понять «людина», «індивід», «індивідуальність». Для наукового аналізу даного понятійного ряду, у нагоді може стати відома філософська тріада: загальне – одиничне – особливе, де під загальним можна розуміти людину, під одиничним – індивіда, під особливим – особистість.

Найбільш узагальненим є поняття «**людина**». Це родове поняття, що вказує на приналежність до людського роду – вищої сходинки розвитку живої природи на нашій планеті. Воно вказує на людину – як продукт природи, на якісну відмінність людей від тварин, і слугує для характеристики «*homo sapiens*» – «людина розумна». Зважаючи на багатоаспектність вияву сутності людини, науковці визначають її через найбільш властиві їй характеристики, а саме: людина як природна, дієва, предметна, свідома та суспільна істота. Людина – це насамперед біологічна істота, яка наділена на відміну від інших тварин свідомістю й мовою, здатністю працювати, оцінювати навколишній світ і активно його перетворювати. Людина – це також (біо)соціальна істота, яка є вищою ланкою розвитку живих організмів шляхом їхньої еволюції, передумовою та активним суб'єктом культурної еволюції.

Соціологічний аналіз потребує розгляду людини з точки зору її взаємодії з іншими людьми, соціальними інститутами, соціальною системою у цілому.

Поняття «**індивід**» характеризує окрему людину як відособленого, одиничного, конкретного представника людської спільності (конкретний учень, студент, викладач, бізнесмен). Воно підкреслює, що мова йде про одиницю, яка належить певному цілому, людському роду.

Як предмет соціологічного аналізу, це поняття використовується тоді, коли треба розглянути конкретних людей як членів якоїсь спільноти, групи, класу, нації або представників вибіркової сукупності. Існує специфіка використання даного поняття у соціології. Так, опитавши, наприклад, сто офіцерів, соціолог отримує інформацію від конкретних індивідів, але

СОЦІОЛОГІЯ

шляхом застосування певних соціологічних процедур здобуває знання про суспільну думку типового офіцера.

В понятті «**особистість**» відображено те, що певна одиниця (індивід) має властивості, які набуваються в суспільстві, в процесі сумісної діяльності із собі подібними; тобто підкреслюються загальні для людства риси.

Поняття «особистість» більш вузьке ніж поняття «людина». Коли ми говоримо про особистість, ми виходимо з суспільної сутності і соціальних функцій індивіда.

Особистість – системна соціальна характеристика індивіда, що формує предметну діяльність та спілкування і зумовлює причетність до суспільних відносин.

При цьому виникає питання: якщо особистість є ознакою індивіда, то чи будь-який індивід має цю ознаку? Річ у тім, що особистість – це соціальні якості людини, це ознака *свідомого* індивіда, який займає певну позицію у суспільстві і виконує певні соціальні ролі. Індивід, який народжений з глибокими відхиленнями у психіці, або той, що виріс поза людським оточенням, не зможе стати особистістю. Але це дуже рідкісні випадки. Набагато частіше трапляються випадки, коли в людини недостатньо чітко сформована *позиція особистості* – стала система її ставлень до тих чи інших характеристик дійсності, яка виявляється у певній поведінці й вчинках.

Неповторність, оригінальність особистості, сукупність тільки їй притаманних своєрідних особливостей складають *індивідуальність* людини, яка в одних має дуже яскраву палітру, в інших – малопомітна. Поняття «**індивідуальність**» є похідним від поняття «індивід» і означає те, що соціальні, загальні для людей риси, виявляються дуже своєрідно в кожному індивідові, що кожний індивід є унікальністю. Це поняття відтворює те неповторне, специфічне, унікальне, чим один індивід відрізняється від іншого (відмінності, до речі, можуть бути абсолютно різні – починаючи від природних рис, особливостей поведінки і закінчуючи манерою ходи або специфікою одягу; унікальність також може проявлятися в одній або одночасно у декількох сферах людської психіки – задоволення людини наслідками своєї праці, становищем у

суспільстві, взаємовідносинами з іншими людьми значною мірою пов'язане з можливістю розвитку і реалізації індивідуальних рис характеру).

Отже, **поняття «особистість»** дуже багатогранне, воно відтворює у собі зв'язок з життєдіяльністю та соціальною сутністю людини, а також індивідуальне відображення соціальне значущих рис, сукупності соціальних відносин.

1. *Індивід є вихідним пунктом для розвитку в людині особистості, а особистість – це підсумок розвитку індивіда, найповніше уособлення всіх людських властивостей. Кожен індивід є людиною, але не кожен – особистістю. Особистістю не народжуються – нею стають.*

Отже, **особистість** – це соціальна характеристика людини, представлена комплексом якостей, що набуваються нею у суспільстві внаслідок включення її до системи суспільних відносин. Поняття «особистість» використовується у соціології для визначення у людини не даних від природи, а набутих у співжитті з іншими людьми характеристик, які називаються соціальними. Саме тому особистістю не можна народитися, нею можна лише стати у суспільстві.

2. Включення особистості у суспільство здійснюється *через її входження до різноманітних соціальних спільнот, прошарків, груп*; саме вони є основним шляхом сполучення суспільства й людини протягом усього її життя.

Як стверджує Е.Ільєнков, немовля з перших хвилин власного життя об'єктивно включене у сукупність людських відносин, є особистістю лише потенційно. Насправді ж формування особистості відбувається з часом, коли індивід з пасивного об'єкта перетворюється на активний суб'єкт суспільних відносин, здійснюючи власну діяльність, набуваючи знань, досвіду, культури у цілому, досягаючи певних статусів тощо.

Особистість – це інтегральна (цілісна) сукупність соціальних властивостей людини, що формується та видозмінюється протягом усього життя людини у результаті складної взаємодії внутрішніх та зовнішніх чинників її розвитку, активної взаємодії із соціальним середовищем.

СОЦІОЛОГІЯ

3. Стрижнем особистості є *самосвідомість* – не що інше, як *результат соціальної взаємодії*, у процесі якої індивід навчився дивитись на себе як на об'єкт, очима інших людей.

Особистість – це стійка система соціально-значущих рис людини, котра реалізується в процесі соціальних зв'язків через активну предметну діяльність та спілкування.

4. *Особистість* є конкретним виявленням суті людини, проте одночасно й утіленням соціально значущих рис і властивостей відповідного суспільства та його культури. Немає людини й особистості «взагалі» – обидві вони чітко ідентифікуються з певним суспільством, конкретною спільнотою і нормами та цінностями культури.

Особистість – це усталений комплекс якостей людини, які набуваються під впливом відповідної культури суспільства і конкретних соціальних груп та спільнот, до яких вона належить і в життєдіяльність яких включається.

Особистість є об'єктом та суб'єктом соціальних відносин.

Особистість як **об'єкт соціальних відносин** характеризується через:

– *Соціалізацію* – процес входження у суспільство, включення особистості у соціальні зв'язки, у різні типи соціальних спільностей, засвоєння нею соціальних норм і культурних цінностей (соціалізація охоплює як соціально контрольовані процеси цілеспрямованого впливу на людину, так і стихійні, спонтанні процеси, що впливають на її формування);

– *соціальну ідентифікацію* – усвідомлення особистістю своєї приналежності до певної спільноти, її поведінки відповідно до прийнятих у групі норм. Рівень вимог з приводу ідентичності залежить від широти та значущості набору ролей, які реалізує людина в межах даної спільноти від ступеня згуртованості та форм регламентації поведінки у суспільстві.

Особистість як **суб'єкт соціальних відносин** характеризується через:

– *самоусвідомлення особистості* як соціально-психологічної характеристики людини; джерелом усвідомлення власної

самобутності є довколишні значущі для особистості люди;

– системою *ціннісних орієнтацій*, через яку вона сприймає та оцінює соціальну реальність (ціннісні орієнтації набувають функцій найважливіших регуляторів соціальної поведінки);

– *потребами, мотиваціями, соціальними настановами та соціальною поведінкою*.

Потреби відображають залежність людини від зовнішнього та соціального середовища. Природні (біовітальні) потреби визначаються біологічною сутністю людини (житло, їжа, продовження роду, одяг). Соціальні (соціоетальні) потреби є продуктами суспільного життя, рівня розвитку людини.

Мотивації – це внутрішні збудники поведінки людини. Найпоширенішими мотивами діяльності є матеріальна зацікавленість, бажання досягти успіху, самореалізуватись у творчості. До мотиваційної структури особистості входять *настанови*, які визначають схильність людини до певних дій, реакцію на об'єкти.

Соціальні настанови – «аттітюди» – це соціально визначені можливості особи діяти відповідно до об'єкта дії. Складовими елементами настанови є:

– когнітивна частина, тобто усвідомлення ставлення до об'єкта;

– афективна частина, тобто емоційне ставлення до об'єкта;

– поведінкова частина, тобто послідовна поведінка стосовно об'єкта.

З точки зору *В. Ядова*, настанови не існують окремо, а становлять ієрархічну систему. На першому рівні знаходяться *елементарні настанови*, які пов'язані з задоволенням життєвих потреб; на другому рівні – *соціальні настанови*, які формуються на основі оцінки соціальних об'єктів та ситуацій; на третьому рівні – *узагальнені соціальні настанови*, які визначають загальну спрямованість особи; на четвертому рівні – система *ціннісних орієнтацій* на цілі життєдіяльності та досягнення цих цілей.

СОЦІОЛОГІЯ

Соціальна поведінка – це усвідомлені, цілеспрямовані дії, засновані на урахуванні потреб, інтересів і дій інших людей, існуючих соціальних норм.

Таким чином, резюмуємо, що «особистість» – це характеристика людини з боку тих рис, які формуються під впливом соціального оточення; це поняття, яке означає все, що є в людині надприродного, історичного. Особистістю не народжуються, нею стають в процесі життєдіяльності завдяки входженню людини в суспільство, тобто в процесі соціалізації. Особистість не тільки цілеспрямована, але й самоорганізуюча система; об'єктом її уваги і діяльності є як зовнішній світ, так і вона сама, що виявляється у почутті «Я», яке є уявленнями про себе, самооцінкою, програмою самовдосконалення, здатністю до самоспостереження, самоаналізу і саморегуляції. Бути особистістю – це означає здійснювати вибір, який виникає в існуючій необхідності, а також оцінювати наслідки прийнятих рішень.

Особистість є об'єктом багатьох наук, кожна з яких вивчає її у специфічному аспекті: філософія розглядає особистість як суб'єкт творчості, здатний пізнавати і змінювати себе та оточення, соціологія – як соціальний тип; психологія акцентує увагу на тому, що соціальні впливи, які здійснюються на особистість, перетворюються у її внутрішні умови, які разом з біологічними задатками обумовлюють активність особистості, що творить її унікальність; соціальна психологія досліджує особистість як представника певної соціальної групи.

філософія	<i>Розглядає особистість як суб'єкт творчості, здатний пізнавати і змінювати себе та оточення.</i>
психологія	<i>Вивчає особистість як комплекс психічних властивостей, станів та процесів, акцентуючи увагу на індивідуальних відмінностях людей.</i>
соціологія	<i>Прагне виявити в особистості соціально-типове, з'ясувати зміст і особливості формування особистості і розвиток її потреб у нерозривному зв'язку з функціонуванням і розвитком соціальних груп та спільнот.</i>

Соціологія вивчає особистість як суб'єкт і об'єкт соціальних відносин в суспільно-історичному процесі, на рівні взаємозв'язків особи і соціальних спільностей.

Особистість є об'єктом наукових пошуків для багатьох західних дослідників-соціологів: Ч.Кулі, Дж.Міда, У.Томаса, Ф.Знанецького, П.Сорокіна, Т.Парсонса, З.Фрейда, Е.Фромма та інших. Плідно працюють над проблемами соціології особистості і українські дослідники: О.Злотіна, В.Тихонович, Л.Сохань, Н.Паніна, Є.Головаха, В.Хмелько, О.Донченко В.Андрущенко та інші.

Основними проблемами соціологічного аналізу особистості є:

- вивчення особистості та властивих їй рис, що залежать від специфіки умов життєдіяльності соціальних спільнот, до яких належить індивід;
- формування та розвиток особистості, тенденції її соціалізації;
- вивчення особистості як об'єкта соціальних відносин;
- розгляд особистості як суб'єкта суспільних відносин, закономірностей і взаємозв'язків із суспільством, групою, колективом;
- вивчення регуляції та саморегуляції соціальної поведінки особистості;
- структура особистості, формування та розвиток її потреб, інтересів та ціннісних орієнтацій;
- соціальна типологія особистості.

Структура особистості

Під *структурою* взагалі розуміють будову чогось, окремі елементи якого складають єдине ціле.

У науковій літературі можна зустріти різні **підходи до розуміння структури особистості**. Загальноприйнятої точки зору з даного питання немає.

Структура особистості, за З.Фрейдом, представлена єдністю трьох елементів: «Воно» – самосвідома частина психіки людини або «Передсвідоме»; «Я» – «Его» або «Свідоме»; «Над-Я» – «Супер-Его» або «Надсвідоме», яке складається на рівні суспільства і

СОЦІОЛОГІЯ

виконує оціночну та моральну функцію. На думку З.Фрейда, останній рівень психіки – «ідеалізований батько», який диктує і нав'язує людині норми, правила поведінки, заборони, стереотипи, пояснює, що є добрим, а що поганим. Структурний елемент особистості, який займає дві третини психіки людини, – це «Воно», або «Підсвідоме» – джерело енергії, що спрямоване на отримання задоволення. З.Фрейд наголошував, що розвинута особистість має навчитись переводити вимоги підсвідомої частини психіки людини під контроль розумного, розсудливого «Я».

Відомий соціолог і психолог, представник символічного інтеракціонізму Дж.Мід, структуру особистості виразив за допомогою понять «І» («Я») – подібне до фрейдівського «Id» («Воно») та «Ме» («Мене», «Мені») – споріднене з фрейдівським «Супер-Его» і означає – «значущі інші». «І» – це внутрішній стрижень особи, який має автономний характер і є джерелом непередбачуваної поведінки людини, а «Ме» – та частина особистості, яка визначається суспільством шляхом засвоєння людиною норм, що панують у даному суспільстві. Процес впливу «Ме» на «І» називається *соціалізацією*.

Соціальні психологи презентують структуру особистості в єдності її складових – чотирьох підструктур:

– *біологічно обумовлена підструктура* (темперамент, статеві, вікові властивості психіки);

– *психологічна підструктура* (індивідуальні психологічні особливості – пам'ять, емоції, відчуття, уявлення, почуття, воля, інтелект);

– *підструктура соціального досвіду* (набуті емпіричні та теоретичні знання, навички, уміння, звички, традиції, норми):

– *підструктура спрямованості особистості* (бажання, цілі, ідеали, мотиви, потреби, прагнення, ціннісні орієнтації).

Увага соціологів здебільшого зосереджується на аналізі третьої і четвертої підструктури, що в цілому обумовлене специфікою предмету соціології як науки.

Найбільш вживаною у соціології є **тричленна структура особистості**, представлена її складовими: **соціальним**

статусом, соціальною роллю та спрямованістю особистості.

Людина як соціальна істота взаємодіє з різними соціальними групами, бере участь у спільній діяльності. Для аналізу ступеня включеності індивіда у різні групи, а також становища, яке він займає у кожній з них, його функціональних можливостей по відношенню до кожної групи, користуються поняттями «соціальний статус» і «соціальна роль».

Соціальний статус особистості – це позиція людини у суспільній ієрархії, певне місце у суспільстві (соціальній структурі), яке вона посідає як представник великої соціальної групи або суспільства в цілому, зумовлене її походженням, рівнем освіти, професією, здібностями, віком, статтю, сімейним становищем (професії, статі, віку, верстви, релігії). Соціальний статус віддзеркалює той набір конкретних дій, які виконує людина у різних взаємодіях.

Кожна людина має багато статусів, у зв'язку з тим, що вона бере участь у багатьох групах та організаціях (мати, дочка, лікар, кандидат наук, людина похилого віку, член профспілки та ін.). Соціальний статус охоплює узагальнюючу характеристику становища індивіда в суспільстві: професію, кваліфікацію, характер реально виконуваної праці, посаду, матеріальне становище, політичний вплив, партійну і профспілкову приналежність, ділові стосунки, національність, релігійність, вік, сімейне становище, родинні зв'язки – тобто все те, що Р.Мертон називає «статусним набором».

Отже, **статусний набір** – це сукупність всіх статусів, що має людина. Серед усієї сукупності статусів людини виділяють **головний**, який визначає стиль та спосіб життя, соціальне оточення (коло спілкування), модель поведінки.

Соціальні статуси можна поділити на два основних типи:

– **аскриптивний** (приписаний, привласнений, вроджений) – наданий індивіду групою або суспільством; не контрольований власною волею людини, одержаний незалежно від її бажань, здібностей та зусиль (*раса, стать, вік, національність, член королівської родини*);

– **набутий**, або досягнутий – здобутий в результаті

СОЦІОЛОГІЯ

власного вибору людини, контрольований її волею, досягнутий завдяки її зусиллям і власним здібностям (*сімейне становище, партійна заангажованість, входження до певної громадської організації, профспілки, почесне звання, посада*). Такими статусами, наприклад, є: *дружина, професор, банкір, студент* тощо.

На відміну від приписаних статусів, набуті знаходяться під контролем людини і набуває вона їх за власним бажанням.

Розрізняють також **особистий статус** – становище індивіда у малій соціальній групі; що обумовлюється тим, як його оцінюють і сприймають оточуючі, члени групи (*працелюбний, компетентний, старанний, перспективний, вимогливий, справедливий*).

З соціальним і особистісним статусом тісно пов'язані *соціальна позиція і соціальний престиж особи*.

Соціальна позиція відображає усвідомлення особистістю своєї належності до певної спільноти, інтереси і цінності якої людина розцінює як свої власні та прагне реалізувати їх у своїй діяльності.

Соціальний престижем є співвідносна оцінка, яку дає суспільство статусу особи або соціальної групи.

Соціальний престиж тісно пов'язаний із престижем професії (рівнем оплати, складністю праці, рівнем відповідальності виконавця, необхідним рівнем фахової освіти).

Інтеграція особистості до соціального середовища забезпечується не лише шляхом обіймання статусної позиції, а й засвоєнням особистістю відповідних *соціальних ролей*.

Соціальна роль – динамічна характеристика статусу, яка виражається шаблоною, очікуваною, типовою поведінкою, заданою певним статусом; це дія в межах сукупності прав, привілеїв та обов'язків, які визначені статусом. Тобто, виконання соціальної ролі має відповідати прийнятним у суспільстві нормам і очікуванням та здійснюватись залежно від соціального статусу.

Уся сукупність соціальних ролей, що виконується однією особистістю, називається **рольовим набором** (*громадянин держави, син, член спортивної команди, клієнт, покупець*).

Одна з перших спроб **систематизації соціальних ролей** належить *Т.Парсонсу*: кожен роль він описує п'ятьма основними характеристиками:

– **емоційною** (одна роль вимагає емоційної стриманості, інша – цілковитої розкутості);

– **способом отримання** (одні притаманні особистості органічно, інші виборюються нею);

– **масштабом** (деякі ролі сформульовані й суворо обмежені, а деякі нечіткі й розмиті);

– **ступенем формалізації** (дія згідно з жорстко встановленими правилами і приписами або довільна дія);

– **характером і спрямованістю мотивів** (орієнтованих на особистий прибуток або на загальне добро).

Загалом, людина сама обирає свої ролі, але вона не є абсолютно вільною у їх виборі та виконанні, а деякі вже задані їй від народження. Набір ролей визначається соціальним положенням людини у конкретній соціальній структурі – демографічній, сімейно-родовій, економічній, професійній.

Соціальним ролям людина навчається в процесі соціалізації. Рольове навчання переслідує дві мети:

– навчитись виконувати обов'язки та реалізовувати права відповідно до ролі;

– набувати настанов, почуттів та очікувань, які відповідають певній ролі.

Людина є носієм різних соціальних ролей, що можуть бути постійними або ситуативними.

Множинність соціальних ролей, що виконує індивід, призводять до виникнення рольових конфліктів, які найчастіше виступають як боротьба мотивів діяльності.

Рольові конфлікти зводять до двох типів:

– **міжособистісні** – які виникають тоді, коли не співпадають очікування щодо змісту однієї і тієї ж самої соціальної ролі. Найчастіше це буває тоді, коли відсутні чітко окреслені правила тих чи інших ролей. Особливо це стосується тих ролей, які визначаються традицією, культурою, особливостями тих чи інших груп;

СОЦІОЛОГІЯ

– *внутрішньоособистісні* – які виникають за умов, коли людина виконує багато ролей і вимоги цих ролей, зумовлені нормами соціальних груп, можуть не співпадати або суперечити одна одній.

Досвід свідчить, що дуже невелика кількість ролей вільна від внутрішньої напруги та конфліктів. Якщо конфлікт загострюється, це може призвести до відмови від виконання рольових обов'язків, внутрішнього стресу.

Соціальна роль є засобом реалізації творчого потенціалу особистості, її розвитку, розкриття здібностей. Виконання ролі вимагає від людини певного обсягу знань, вмінь, досвіду, відповідного інтелектуального та психологічного напруження. *Якщо рольові вимоги не відповідають внутрішнім потенціям особистості, її статусу, то виникає конфлікт між роллю та людським «Я», спрацьовує психологічний механізм, людина відмовляється виконувати певні ролі – звільняється з роботи, розлучається, змінює коло спілкування.*

Люди у різній мірі ототожнюють себе зі своїми статусами та відповідними ролями. Максимальне поєднання з роллю називається рольовою ідентифікацією, а середнє або мінімальне – *дистанціонуванням* від ролі.

У соціальній ролі поєднується особа і суспільство, соціальні ролі перетворюються на індивідуальну поведінку, а індивідуальні риси перетворюються на відповідність вимогам соціальних норм.

Спрямованість особи – це особливе ставлення людини до дійсності і самої себе, що виражається у потребах, інтересах, прагненнях, мотивах, цінностях, ціннісних установках і орієнтаціях, переконаннях, ідеалах, які є елементами духовної структури особистості. Спрямованість особи виявляється у соціальній поведінці особистості.

Джерелом активності людини є її **потреби** – *внутрішній психологічний стан, відчуття нестачі чогось та необхідність для людини того, що забезпечує її існування і самозбереження.*

Цікавим є підхід американського соціолога, економіста, визнаного теоретика менеджменту А.Маслоу, творця ієрархічної теорії потреб. У суспільстві він виділяє п'ять рівнів потреб, які

умовно розташовуються ним на уявній шкалі, починаючи від нижчих (примітивних) і закінчуючи вищими:

1) *вітальні потреби* – фізіологічні або сексуальні (у відтворенні людей, в їжі, воді, диханні, рухові, одязі, житлі, відпочинку, здоров'ї, повітрі, сні);

2) *екзистенціальні* – потреби у безпеці власного існування, впевненості у завтрашньому дні, стабільності суспільства, відсутності насильства, гарантованості праці, здоров'ї;

3) *соціальні* – у приналежності до колективу, групи чи спільноти, у спілкуванні, комунікації, дружбі, турботі про інших, участі у спільній трудовій діяльності;

4) *престижні* – потреби в престижі, повазі з боку інших, їх визнанні та високій оцінці, самоповазі, у службовому зростанні й високому статусі в суспільстві).

5) *духовно-культурні* – потреби в нових знаннях, самовираженні через творчість, самореалізації, розкритті та реалізації здібностей, в досягненні сенсу життя.

Потреби першого і другого рівня – нижчі; потреби третього, четвертого і п'ятого рівня – вищі. Усі ці потреби являють собою об'єктивну шкалу потреб, що існує у суспільстві. Пересічна людина може мати суб'єктивну шкалу потреб, яка не обов'язково співпадає з об'єктивною, тобто такою, що складається на рівні суспільства. За А.Маслоу, *особистість* – це така людина, в якій суб'єктивна і об'єктивна шкала потреб співпадають, причому вищі потреби на суб'єктивній шкалі розташовані згори, а нижчі – знизу. Отже, за А.Маслоу, виходить, що не кожний індивід, який живе у суспільстві, є особистістю. Він стає такою у випадку, якщо його діяльність не обмежується задоволенням примітивних потреб (фізіологічних та екзистенціальних), а пов'язується з досягненням значущих сенсожиттєвих цілей: набуттям знань та вмінь, всебічним розвитком особистості, її гармонійністю, здійсненням творчих задумів. Це врешті-решт призводить до повної всебічної самореалізації особистості, включення у процес життєдіяльності всього внутрішнього духовного потенціалу людини, її соціальної активності.

СОЦІОЛОГІЯ

Потреби людини бувають неусвідомленими (їх називають потягами) і усвідомленими. У процесі усвідомлення потреб у людини формується *інтерес до діяльності*, який трансформується у *мотив* з врахуванням *ціннісних орієнтацій особистості*.

Інтерес – це конкретна форма усвідомленої потреби, реальна причина діяльності особистості, спрямованої на задоволення цієї потреби.

Мотиви – це усвідомлена потреба особистості – суб'єкта у досягненні певних цілей та бажаних умов діяльності. Мотиви характеризують ставлення особистості до інтересів і ціннісних орієнтацій, дають їм оцінку. Вони характеризують людину як суб'єкта.

Разом потреби та інтереси є основою *ціннісного ставлення* особистості до навколишнього світу і використовуються для дослідження регуляторів соціальної поведінки.

Цінності – *значущість явищ і предметів реальної дійсності з погляду їх відповідності або невідповідності потребам суспільства, соціальних спільнот, груп та особистостей; моральні та естетичні вимоги, які виробила загальнолюдська культура*. Уявлення окремих людей або груп людей про те, що є бажаним, належним, добрим або поганим. Розбіжність цінностей репрезентує головні аспекти відмінностей в людській культурі. Те, що особи цінують, формується під впливом специфічної культури, в якій вони існують.

Сукупність індивідуальних, особистісних, групових і суспільних, засвоєних особистістю цінностей утворює систему її **ціннісних орієнтацій**, якими вона керується у своєму житті.

Ціннісні орієнтації – *соціальні цінності які спрямовують діяльність та соціальну поведінку особистості і поділяються нею*.

6.2. Соціалізація особистості як процес: сутність, агенти, етапи

В широкому розумінні поняття соціалізація означає розвиток людини як соціальної істоти, становлення її як особистості. Варто зауважити, що поняття «соціалізація» за своїм обсягом є дуже близьким до поняття «виховання», коли останнє розуміється в широкому сенсі. Проте ці поняття відрізняються за своїм змістом. У понятті «виховання» акцентується увага на ролі зовнішнього одностороннього впливу у розвитку особистості; в понятті «соціалізація» підкреслюється двосторонність процесу взаємодії індивіда і соціальних умов життя людини й суспільства, внаслідок чого відбувається розвиток як окремої людини, так і людства в цілому.

Соціалізація – це складний і тривалий процес «входження» індивіда в суспільство, до системи соціальних зв'язків та відносин, його активної взаємодії з оточенням, у результаті якої відбувається засвоєння індивідом зразків поведінки, соціальних ролей, соціокультурних норм і цінностей, необхідних для його успішної життєдіяльності у суспільстві.

В ході соціалізації людина не тільки набуває якостей, необхідних їй для життєдіяльності в суспільстві; відбувається становлення всього соціального досвіду людини. Соціалізація забезпечує спадкоємність історичного розвитку. Несоціалізованих людей не буває; асоціальна поведінка – результат упущень в ході соціалізації.

Узагальнено можна виокремити три групи **чинників соціалізації**:

1) макро чинники (космос, планета, світ, країна, суспільство, держава) – *наприклад, загальна ситуація в країні*, яка може коливатись від жорстко запрограмованого процесу формування нормативного чи ідеального типу особистості до переважання стихійності суспільних впливів на індивіда, перша ситуація характерна для тоталітарних режимів, а друга – для суспільства у перехідні періоди їхнього розвитку.

2) мезо чинники

СОЦІОЛОГІЯ

Соціальні спільноти, в межах яких індивід може реалізувати певні соціальні ролі й набути конкретного статусу;

Соціальні інститути, які забезпечують виробництво і відтворення культурних взірців, норм і цінностей та сприяють їх передаванню і засвоєнню;

Система соціальних цінностей і норм, які домінують у суспільстві й унаслідуються молодшими поколіннями від старших.

Наприклад, етнос; місце і тип поселення – регіон, село, місто; засоби масової комунікації — радіо, телебачення, газети тощо)

3) мікро чинники

Сукупність ролей і соціальних статусів, що їх суспільство пропонує людині;

Сім'я, групи ровесників, учбові, професійні, громадські групи тощо).

*Залежно від віку індивіда розрізняють чотири **основні етапи соціалізації:***

Соціалізація дитини – це перші 2-3 роки і вступ до школи; соціалізація дитини пов'язана більш з мотивацією.

Соціалізація підлітка (нестійка, проміжна);

Тривала (концептуальна) цілісна соціалізація (період від 17-18 до 23-25 років). Початок самостійного життя і перехід від юності до зрілості.

Соціалізація дорослих націлена на зміну поведінки в новій ситуації. Дорослі, спираючись на свій соціальний досвід, здатні оцінювати, сприймати норми критично, тоді як діти спроможні лише засвоювати їх.

Соціалізація особистості відбувається під впливом агентів та інститутів соціалізації, які формують, спрямовують, стимулюють або обмежують формування особистості.

***Агенти соціалізації** – це діючі соціальні суб'єкти – люди та установи, які відповідають за засвоєння культурних норм та соціальних ролей і за допомогою яких людина соціалізується (завдяки процесам навчання і комунікації).*

Першим у житті агентом є сім'я. Результати батьківського виховання у значній мірі визначають особистість, її подальше суспільне життя.

Інститути соціалізації – організації, які впливають на процес соціалізації та його організацію.

Основними інститутами соціалізації є сім'я, навчальні заклади, неформальні групи, офіційні організації.

Дошкільні установи	} Інститути соціалізації, які мають вплив на формування особистості протягом усього життя.
Неформальні організації	
Навчальні заклади	
Армія	
Трудовий колектив	
Засоби масової комунікації	
Громадська думка	

Агенти та інститути соціалізації виконують важливі функції, а саме:

- навчання культурним нормам та зразкам поведінки;
- контроль за тим, як міцно, правильно та глибоко засвоєні соціальні норми та ролі.

Процес соціалізації відбувається у *первинних* і *вторинних* групах.

Більшість дослідників вважають, що визначальне значення має *первинна соціалізація*, яка здійснюється сім'єю.

Сім'я виконує функцію посередника між дитиною та іншими соціальними системами.

Рівень відповідності родинних та загальних цінностей, що пропонуються дитині для засвоєння, може бути різним.

У зв'язку з тим, що сім'я деякий час є єдиним джерелом інформації про систему цінностей, яка панує у суспільстві, вона і формує модель поведінки характеру, адаптації або інтеграції індивіда у суспільство.

СОЦІОЛОГІЯ

В основі соціалізації лежить процес засвоєння рольової поведінки, який в значній мірі залежить від якості *рольової поведінки* рідних.

До соціалізації у *вторинних* групах індивід підходить зі сформованою самосвідомістю (ієрархією цінностей, зразками поведінки, уявленнями про суспільство тощо.). У цей час індивід стає членом різних соціальних груп, змінюється характер його взаємодії з цими групами.

Первинна соціалізація – це сфера міжособистісних відносин, *вторинна* – сфера соціальних відносин.

Соціалізація співвідносна з життєвими циклами. *Життєві цикли пов'язані* зі: зміною соціальних ролей, набуттям нового статусу, відмовою від попередніх звичок, оточення, дружніх зв'язків, зміною способу життя.

Починаючи новий життєвий етап, людина змушена перенавчатися.

Цей процес складається з двох етапів безпосередньо пов'язаних між собою: *десоціалізації* і *ресоціалізації*.

Десоціалізація – це процес відмови від старих цінностей, норм, ролей та правил поведінки

Ресоціалізація – процес засвоєння нових цінностей, норм, ролей і правил поведінки замість втрачених.

Механізми соціалізації

Взаємодія індивіда і соціального середовища у процесі соціалізації відбувається завдяки механізмам соціалізації. Узагальнюючи дані різних підходів, серед механізмів соціалізації можна назвати ідентифікацію, інтеріоризацію, екстеріоризацію, рефлексію, наслідування, навіювання, зараження.

Адаптація – це пасивне пристосування індивіда до соціального середовища: до рольових функцій, соціальних норм, до певних соціальних спільностей і реальних умов функціонування (життя).

Інтеріоризація – це активна взаємодія індивіда з середовищем, в якому людина робить свідомий вибір. Це формування внутрішньої структури психіки і свідомості індивіда за допомогою засвоєння знань соціальних норм і цінностей. Результатом інтеріоризації стає індивідуальність

особистості. Вона є свідченням успішної соціальної адаптації індивіда.

Варто відзначити, що успішною соціалізацією може вважатися й ефективна адаптація людини до суспільства і одночасно здатність певною мірою протистояти суспільству, тому, що заважає її саморозвитку і самоствердженню.

Показниками неуспішної адаптації є незадоволеність людини соціальним середовищем до якого вона інтегрується, бажання вийти за його межі, а також її поведінка, що відхиляється від норм, вимог середовища.

Таким чином, в самому процесі соціалізації закладено внутрішній конфлікт між мірою ідентифікації людини з суспільством і мірою уособлення її в суспільстві.

При порушенні цього балансу можливі два варіанти «жертв соціалізації»: конформіст і правопорушник, девіант. З точки зору соціалізації конформістом можна вважати людину, яка повністю адаптована в суспільстві і не здатна протистояти йому. Протилежним представником даної позиції можна вважати людину, не адаптовану в суспільстві, яка протистоїть суспільству.

Отже, соціалізація, будучи складним, діалектичним цілісним процесом розвитку і саморозвитку, постає як єдність двох суперечливих сторін: не засвоївши умов середовища, не утвердивши себе в ньому, не можна активно впливати на нього; разом з тим засвоєння соціального досвіду неможливе без індивідуальної активності самої людини в різних сферах діяльності.

Типи соціальної поведінки особи: конформізм і девіація

Як суб'єкт соціальних відносин особистість характеризується соціальною активністю, здатністю впливати на оточення, змінюючи його і себе.

Соціальна поведінка – це дії людини стосовно суспільства інших людей, природи і речей.

За характером соціальна поведінка може бути: альтруїстичною або егоїстичною, законослухняною або

СОЦІОЛОГІЯ

протизаконною, серйозною або легковажною, коректною або грубою.

Існують два **типи соціальної поведінки** особи:

1. Конформізм
2. Девіація

Конформізм – повне прийняття цілей суспільства і способів їх досягнення, пристосування індивіда, групи до існуючого становища речей і справ (панівних думок, традицій, принципів, стереотипів масової свідомості, діяльності соціальних інститутів).

Конформізм ґрунтується на індивідуальних рисах людей, таких як консерватизм, стандартність поведінки, відсутність індивідуальності.

Конформна поведінка – це прийняття індивідом певної думки, позиції під тиском. Вона обумовлена тим фактом, що індивід побоюється санкцій або не бажає залишитися в ізоляції.

Людство не знає такого суспільства, в якому усі його члени поводяться відповідно до загальних нормативних вимог. У суспільстві завжди існують особи, або групи, які порушують установлені суспільством правила.

Поведінка індивіда або групи, яка не відповідає загальноприйнятим соціальним нормам і стереотипам даного суспільства, називається *девіантною*. А люди, яким притаманна така поведінка – *девіантами*.

Девіантна поведінка – поведінка, що відхиляється від прийнятих у суспільстві ціннісно-нормативних стандартів.

Позитивна девіація – самопожертвування; надпрацьовитість; героїзм.

Негативна девіація – тероризм, крадіжки, суїцид, цинізм.

Пояснити сутність та причини девіацій намагалися такі відомі вчені як Е. Дюркгейм, Т.Парсонс, Р.Мертон, В.Шелдон.

Загальна теорія девіантності має свою структуру і включає такі елементи:

– характеристика і класифікація девіантних вчинків, наслідки їх для індивіда та суспільства, їх взаємозв'язок структура, динаміка, тенденції;

– соціальна природа, причини і умови їх існування І

прояву, соціальні та психологічні механізми їх формування;

– профілактика, яка передбачає попередження девіацій, планування та здійснення соціальних та індивідуальних механізмів зміцнення суспільного порядку.

Девіація пов'язана з поняттям «норма».

Норми – це формальні або неформальні приписи, вимоги, очікування поведінки індивідів, соціальних груп, організацій. Норми, що діють у суспільстві, залежать від традицій, історичного шляху та рівня розвитку суспільства. Вони регулятивні, не завжди чітко визначені, що і ускладнює визначення девіації.

Девіація може існувати на індивідуальному рівні, коли окремих індивід порушує норми своєї групи або суспільства, а також на груповому рівні, коли та чи інша група відмовляється від встановлених суспільством правил.

Девіантна поведінка завжди оцінюється з точки зору тих норм, які існують у суспільстві. Це знаходить свій прояв у тому, що одні відхилення засуджуються, а інші – схвалюються.

Більшість суспільств схвалюють такі відхилення, які сприяють прогресивному розвитку суспільства (наукова, художня творчість, героїзм та інші).

Що ж стосується порушень закону та норм моралі, то такі відхилення завжди засуджуються.

Соціологічне пояснення девіантної поведінки першим спробував дати Е. Дюркгейм. У суспільстві, що швидко змінюється, в якому немає єдиної, чіткої системи норм, багато норм і цінностей різних субкультур вступають у протиріччя одна з іншою. Наявність у буденному житті конфліктуючих норм, невизначеність можливої моделі поведінки, може призводити до появи такого явища, як *аномія* (розбалансованість у суспільстві). Людина втрачає соціальні орієнтири, надійність та стабільність у виборі лінії нормативної поведінки.

Сучасний соціолог Р. Мертон відзначає, що *аномія* з'являється від неможливості для багатьох індивідів поводити себе відповідно до тих норм, які вони сприймають. Головна причина девіацій – дисгармонія між культурними цілями та легальними засобами здійснення цих цілей.

СОЦІОЛОГІЯ

Соціальні відхилення відіграють у суспільстві двоїсту роль: вони загрожують стабільності суспільства – з одного боку, а з іншого – підтримують цю стабільність, стимулюючи суспільство до адаптації культури стосовно соціальних змін. Між тим, слід зазначити, що більшість соціальних відхилень мають деструктивний характер.

Основні форми девіантної поведінки:

Злочинність;
Пияцтво і алкоголізм;
Наркоманія;
Проституція;
Гомосексуалізм;
Аномія.

Злочинність – найбільш небезпечне відхилення від соціальних норм. Набуває особливого поширення у молодіжному середовищі. За даними ГУМВС України у місті Києві, частка злочинів, скоєних підлітками та молоддю у віці 14-29 років, складає 60 відсотків. При цьому, частка зростання темпів злочинності серед неповнолітніх випереджає зростання загальної злочинності на 2-3 % щорічно;

Пияцтво та алкоголізм – також набули досить широкого розповсюдження серед молоді. За даними досліджень, 70-80 відсотків опитуваних вже пробували вживати алкоголь у віці 13-15 років. Серед мотивів вживання алкоголю у молодіжному середовищі 11,8 відсотків мають особистісний характер, 8,4% патологічний, 25% – вплив компанії, серед інших мотивів домінують соціально обумовлені;

Наркоманія – на кінець 1998 р. в органах внутрішніх справ на обліку перебувало 75,5 тис. осіб, які вживають наркотичні речовини. При цьому, як вважають фахівці, реальна кількість споживачів наркогенних засобів у 10 разів більша, ніж за офіційними даними;

Самогубство – дослідження свідчать, що рівень самогубств підвищується в період економічних та соціальних криз. Різкі зміни у суспільстві призводять до зниження адаптивних можливостей людини. Підлітки та молоді люди здійснюють самогубства з причини непорозуміння з батьками, конфліктів у

сім'ї, нещасливого кохання тощо. Багато самогубств пов'язано з асоціальною поведінкою особистості (наркоманія, алкоголізм, проституція та ін.).

Треба відзначити, що останнім часом теорія соціалізації переживає "друге народження", що стало можливим завдяки виникненню певних соціальних передумов. Ці соціальні передумови полягають в суспільних змінах, які відбуваються в нашому суспільстві в період його трансформації та впливають на всі складові і хід соціалізації особистості. Сутнісною характеристикою життя в сучасному світі стає ситуація швидких змін. Прискорення темпів соціальної динаміки, перетворення старих і виникнення нових соціальних структур, трансформація ідеалів і цінностей неминуче задають нових параметрів протіканню соціалізації, пред'являючи до його суб'єкта нові вимоги у формуванні моделей соціальної поведінки, конструюванні персональної системи цінностей і ідентифікаційних структур особистості. Процес соціалізації відбувається в умовах невизначених соціальних ситуацій, багатоманітності принципів організації, видів діяльності, соціальних ролей і групових норм. Така ситуація вимагає одночасного виявлення особистістю двох протилежних особливостей – соціальної лабільності, що забезпечує постійну адаптацію людини до соціальних змін, і розвинутої персональної ідентичності, яка складає внутрішній «стрижень» особистості, що є опорою для її самовизначення.

6.3. Типології особистості, поняття соціального типу і соціального характеру особистості.

Головною проблемою соціологічного аналізу особистості є *проблема її соціальної типології*, тобто знання про те, як:

- 1) в особистості втілюються значимі для соціальної спільноти (групи) характеристики;
- 2) як вони (ці характеристики) представляють особистість в різних масових діях.

Кожне суспільство несе на собі відбиток складного переплетіння історичних, культурних, політичних, економічних

СОЦІОЛОГІЯ

чинників, що зумовлює специфіку його існування і функціонування як системи. Люди, котрі живуть у суспільстві, теж різні, і відрізняються фізичними та соціальними характеристиками. Але кожне суспільство зацікавлене в тому, щоб особистості, які функціонують у ньому, найкращим чином відповідали йому, зумовлюючи його розвиток і прогрес.

Соціальність людини (з точки зору тих властивостей і якостей, які є вираженням обов'язкових вимог до неї з боку конкретної соціальної системи) **виявляється у функціонуванні соціально-історичних типів особистості.** Жодне суспільство не могло б існувати, якби індивіди не засвоїли у процесі соціалізації певної одноманітності дій і вчинків, якби воно не упорядковувало поведінку багатьох індивідів у потрібному йому напрямку, формуючи у них певні загальні їм усім характерні – **типові – риси.**

Взаємозв'язок соціального й індивідуального в людині

Соціально-типові риси – природний атрибут кожної людини. Будучи відносно стійкою якісно визначеною соціальною реальністю, соціально-історичний тип особистості не існує до і поза індивідами, що ставить завдання дослідження проблеми соціально-типового в зв'язку з індивідуально-окремим. Це питання взаємозв'язку соціального і індивідуального в людині, сутності і існування, соціалізації і індивідуалізації.

Індивідуальність особистості

Людина, як творча істота, постійно створює свій світ і саму себе. Саме в діяльності з перетворення світу, перш за все, і виявляється індивідуальна неповторність і незамінність конкретної людини.

Індивідуальність – це особлива форма буття людини в суспільстві: будучи суспільною істотою, людина разом з тим являє собою окрему індивідуальність. Індивідуальність – це не щось, що існує поряд з особистістю, а це є конкретна особистість, вираження її суспільної сутності в окремій, індивідуальній формі. Як спосіб буття особистості, як суб'єктивність, яка формується в результаті власної діяльності, індивідуальність – це не риса і не специфічність, а сама особистість, яка є дзеркалом світу. Особистості поза

індивідуальністю не існує. Якщо індивід, щоб стати особистістю, повинен набути соціальної сутності, то, не набувши своєї індивідуальності, особистість не набуде самостійного буття. Індивідуальні особливості особистості видаються не як випадкові, неповторні, одиничні її властивості, а як сутнісні, закономірні характеристики соціального буття людини, як реалізація її соціальної сутності, як відображення соціального в індивідуумі. Індивідуальність не означає незалежності індивіда від суспільства, це спосіб його буття в ньому. Таким чином, особистість є соціальною за своєю сутністю, але індивідуальною за способом свого існування. Вона являє собою єдність соціального і індивідуального, сутності і існування.

Характер зв'язку соціального і індивідуального.

Зв'язок індивідуального і соціального опосередковується суспільними відносинами, що визначають соціальне положення індивідів в суспільстві, їх спосіб зв'язку з людським світом, міру реалізації соціального в індивіді. Зв'язок індивідуального і соціального визначається соціальним положенням індивідів як їх об'єктивно детермінованою належністю до тієї чи іншої соціальної групи, відношенням індивідів до культури, так і їх взаємними відносинами.

Поняття соціального типу

Щоб зрозуміти поняття «соціальний тип», варто скористатись іншим поняттям, започаткованим *М.Вебером* – «ідеальний тип», під яким вчений розумів специфічну мислену, уявну модель, конструкцію для пізнання суспільних явищ.

Соціальний тип – це деперсоніфікована уявна особистість як узагальнене відображення сукупності повторюваних рис індивідів, які входять до певної соціальної спільності.

Проблема типології особистості активно розробляється в соціальних науках.

У середині ХХ століття ця проблема знайшла відображення в концепції базисної особистісної структури *А. Кардінера* (1945).

Базисна особистість – це свого роду усереднений характер певного суспільного ладу, риси якого є суттєвими ознаками народу.

СОЦІОЛОГІЯ

О.Ф.Лазурський соціально-історичний тип особистості визначив поняттям «**соціальний характер**».

Одна з відомих типологій належить Е.Фромму, який у своїх працях «Здорове суспільство» та «Мати чи бути» наводить типи особистості в залежності від цінностей, які їй притаманні:

1) *традиціоналісти* – орієнтовані на цінності обов'язку, порядку, дисципліни, законослухняності;

2) *ідеалісти* – досить критичні до традиційних норм, незалежні, зневажають авторитети, мають установку на саморозвиток;

3) *фрустрований тип* – орієнтований на низьку самооцінку, пригнічення, характерне відчуття відчуженості від життя;

4) *реалістичний тип* – поєднання прагнення до самореалізації з розвинутим почуттям обов'язку, здоровий скептицизм із самодисципліною та самоконтролем;

5) *гедоністичні матеріалісти* – орієнтовані на отримання задоволення, погоню за насолодами, пріоритет споживацьких інтересів.

Разом з типологією особи, Е. Фромм виводить типи соціального характеру. Цілісна концепція типології соціальних характерів, викладена в роботі Е. Фромма «Втеча від свободи» (1947 р., США) стала класикою соціальної психології.

Під соціальним характером автор розуміє взаємозв'язок індивідуальної психічної сфери із соціально-економічною структурою. Він визначає «**соціальний характер**» як **специфічну форму людської енергії, що виникає в процесі динамічної адаптації людських потреб до певного способу життя в певному суспільстві**. За своїм змістом соціальний характер визначає думки, почуття, дії, світогляд, які є загальними для більшості людей конкретної суспільної спільноти.

За Е. Фроммом, існує п'ять типів соціального характеру:

1) *рецептивний* – (сприймаючий), характерний для первісного суспільства;

2) *експлуататорський* – характерний для добуржуазних формацій;

3) *нагромаджувальний* – характерний для капіталізму;

4) *ринковий* – характерний для більш розвинутого капіталізму;

5) *продуктивний* – прогнозований у майбутньому тип особистості, який має спрямовувати енергію не на те, щоб мати і споживати, а щоб повною мірою бути, а значить створити себе як людину, здатну на самореалізацію, самоутвердження, самоудосконалення.

Тема соціального типу особистості розробляється і у вітчизняній науці. Широке визнання отримала концепція типів соціальних характерів *Б.С.Братуся*, де типи соціальних характерів розглядаються в аспекті моралі і моральності. *Б.С.Братусь* виділяє такі типи особистості :

1) *егоцентричний* – визначається прагненням лише до власної зручності, вигоди, престижу; відношення до себе тут як до одиниці, самоцінності, а відношення до інших споживацьке, лише в залежності від того, допомагає інший особистісному успіху чи ні.

2) *групоцентристський* – людина ідентифікує себе з якоюсь групою, і ставлення її до людей залежить від того, чи входять ці інші в цю групу, чи ні. Група може бути будь-якою (сім'я, нація); якщо інший входить до неї, то він володіє якістю самоцінності (групоцінності, бо має цінність не сам по собі, а своєю належністю до групи), вартий жалості, поваги, прощення, любові; якщо ж інший в цю групу не входить, то ці почуття можуть на нього не розповсюджуватись.

3) *просоціальний, або гуманістичний* – характеризується внутрішньою смисловою націленістю людини на досягнення таких результатів, які принесуть рівне благо іншим.

Залежно від соціальних умов і ціннісних орієнтацій існують: теоретичний, економічний, політичний, соціальний, естетичний, релігійний й інші типи особистоті.

Демократичний тип особистості – якщо соціальне в людині домінує над індивідуальним.

Авторитарний тип особистості – якщо індивідуальне переважає соціальне.

Толерантний тип особистості – терпиме ставлення до думок, поглядів, ідей, вірувань, які не збігаються з власними.

СОЦІОЛОГІЯ

Конформний тип особистості – пристосування особистості до пануючих думок, поглядів, ідеалів, стандартів поведінки. Отже, **соціальний тип особистості** – це продукт складного переплетіння історико-культурних і соціально-економічних умов життєдіяльності людини, сукупність повторюваних якостей і властивостей людини як істоти соціальної.

Соціальний характер – це сукупність рис характеру, яка є загальною для більшості членів певної групи і виникла в результаті загальних для них переживань і загального способу життя.

У широкому розумінні поняття «особистість» вживається для визначення соціальності людини. Отже, «особистість» – це характеристика людини з боку тих рис, які формуються під впливом соціального оточення; це поняття, яке означає все, що є в людині надприродного, історичного. Особистістю не народжуються, нею стають в процесі життєдіяльності завдяки входженню людини в суспільство, тобто в процесі соціалізації.

Розкрити поняття «особистість» можна через поняття «людина», «індивід», «індивідуальність», які означають одну істоту – Homo sapiens, людину. Поняття «індивід» підкреслює, що мова йде про одиницю, яка належить певному цілому, людському роду. В понятті «особистість» відображено те, що ця одиниця (індивід) має властивості, які набуваються в суспільстві, в процесі сумісної діяльності із собі подібними; підкреслюються загальні для людства риси; особистість – це соціальні якості людини. Поняття «індивідуальність» означає те, що ці соціальні, загальні для людей риси, виявляються дуже своєрідно в кожному індивідові, що кожний індивід є унікальністю.

З'ясування місця і ролі особистості в системі соціальних спільнот можливе через розкриття поняття «соціальний статус» і «соціальна роль». Соціальний статус особистості – це позиція людини у суспільній ієрархії, певне місце у суспільстві (соціальній структурі), яке вона посідає як представник великої соціальної групи або суспільства в цілому, зумовлене її походженням, рівнем освіти, професією, здібностями, віком, статтю, сімейним становищем (професії, статі, віку, верстви,

релігії). Соціальна роль – це очікувана типова поведінка людини, пов'язана з її соціальним статусом. Соціальні ролі – це певні способи дій, поведінки індивіда, які відповідають прийнятним у суспільстві нормам та здійснюються залежно від соціального статусу.

Процес розвитку людини як соціальної істоти, становлення її як особистості, називають *соціалізацією*. Сутність процесу полягає в тому, що людська істота з певними біологічними задатками шляхом засвоєння системи знань, норм і цінностей набуває якостей, необхідних для її життєдіяльності в суспільстві. Тобто, людина, засвоюючи соціальний досвід, включається в життя суспільства. Основними механізмами соціалізації є ідентифікація, інтеріоризація, екстеріоризація, наслідування, навіювання. Основними інститутами соціалізації є сім'я, навчальні заклади, неформальні групи, офіційні організації. Соціалізація – результат взаємодії численних чинників.

Соціальність людини, з точки зору тих властивостей і якостей, які є вираженням обов'язкових вимог до неї з боку конкретної соціальної системи, виявляється у функціонуванні соціально-історичних типів особистості. Соціальний тип особистості виконує функцію «зразка», «норми» поведінки, а також «матриці», на основі якої формуються індивідуальні риси особистості певної соціально-історичної епохи.

Запитання для самоконтролю знань

1. Чим визначається специфіка соціологічного вивчення людини?
2. Як взаємодіють біопсихологічні та соціальні детермінанти процесу формування особистості?
3. Як відбувається соціалізація особистості? Розкрийте зміст адаптації та інтеріоризації як складових процесу соціалізації. Що відбувається в результаті інтеріоризації?
4. Характеристика соціальних ролей особистості. Чим обумовлений взаємний зв'язок соціального статусу і соціальної ролі особистості? Чому соціальний статус є визначальним в розкритті соціальної ролі особистості?

СОЦІОЛОГІЯ

5. Що є джерелом активності особистості?

6. Що таке спрямованість особистості?

7. Як називається поведінка, що відхиляється від прийнятих у суспільстві ціннісно-нормативних стандартів? Якими є різновиди та причини такої поведінки?

8. У чому різниця між базисним та реальним типом особистості?

Дайте визначення поняттю «соціально-історичний тип особистості».

9. Як Ви розумієте поняття «динамічна адаптація»?

10. Чи мають право на існування різні визначення поняття «соціалізація»?

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Гіденс Е. Соціологія. – К.: Основи, 1999. – 726 с.

2. Горлач Н., Кремень В., Волович В., Жиленкова І., Романенко М., Сюй Цюань Яо. Соціологія: Підручник. – К.: ЦНЛ, 2019. – 808 с.

3. Кузьменко Т.М. Соціологія: Навч посібник. – К.: ЦНЛ, 2019. – 320 с.

4. Піча В. М. Соціологія: загальний курс. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України. – К.: “Каравела”, 2000. – 410 с.

5. Примуш М.В. Загальна соціологія: Навчальний посібник. – К.:ВД "Професіонал", 2014. – 592 с.

6. Павліченко П. П., Литвиненко Д. А. Соціологія. Навчальний посібник. – К.: Лібра, 2014. – 459 с.

7. Соціологія: Підручник / За загальн. ред. проф. В. П. Андрущенко, М. І. Горлача. - Харків – Київ: Основи, 1998. – 680 с.

8. Соціологія: Підр. для студ.вищ. навч. закладів / За ред В.Г. Городяненка – К.: Вид. центр “Академія”, 2002. – 560 с.

9. Танчин І.З. Соціологія: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2007. – 351 с.

10. Черниш Н. Соціологія: Підручник. – К.: Знання, 2009. – 468 с.

Додаткові

1. Головаха Е.И., Бекешкина И.З., Небоженко В.С. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии. - К.: Наукова думка, 1992. - 126 с.

2. Гофман И. Формула внешнего выражения роли. // Социологический журнал. - 2003. - № 3. - С. 142-158.

3. Злобіна О.Г. Категорія „особистість” у системі понять соціологічної теорії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2002. - № 2. - С. 121-134.

4. Злобіна О.Г. Особистісна складова суспільних змін: соціологічний контекст // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2003. - № 3. - С. 32-45.

5. Мешанова Г.О. Соціально-психологічне дослідження особистості: теоретико-методологічний аспект. - Тернопіль, 2014. - 180 с.

6. Особистість у контексті глобалізації (Круглий стіл) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2002. - № 2.

7. Резнік О. Особистість і громадянське суспільство: досвід теоретичного осмислення // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2002. - № 3. - С. 68-79.

8. Сохань Л. Життєвий простір і життєвий світ особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2002. - № 1. - С. 190-201.

9. Циба В.Т. Соціологія особистості: системний підхід.-К., 2000.-150 с.

10. Шульга М.О. Соціальний ареал особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2002. - № 2. - С. 20-23.

Т Е М А 7.

**СОЦІОЛОГІЯ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА
МЕДІАПЛАНУВАННЯ**

7.1. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій

7.2. Виникнення масових комунікацій в суспільстві:
функціональний підхід

7.3. Функції масової комунікації

7.4. Медіапланування як інструмент організації роботи ЗМК

7.1. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій

Одночасно з виникненням феномену масової комунікації та розвитком масової комунікації окреслюється соціологія масових комунікацій як окрема галузь в соціології. Соціологія, предметом якої є закономірності масових інформаційних явищ і процесів, діяльність соціальних інститутів, що виробляють та поширюють масову інформацію.

Об'єктом соціології масової комунікації є масова комунікація як соціальний процес і соціальний інститут, тобто – сукупність масових інформаційних і комунікаційних явищ у Соціологія масових комунікацій – це галузь їхньому соціальному вимірі. Зазначимо, що об'єктом соціології масової комунікації є насамперед особистості, соціальні групи, спільноти і суспільство загалом, задіяні у масовій комунікації, а також відповідні соціальні організації та соціальні інститути. Характерно, що уявлення про об'єкт соціології масової комунікації потерпає змін і уточнень, що пов'язано з розвитком масової комунікації як соціального явища і становленням ще досить молодій галузі соціологічних знань, яка займається дослідженням цього явища.

У зв'язку з цим і тривають уточнення визначень сутності соціології масової комунікації. Найпоширеніша точка зору – це розуміння соціології масової комунікації як спеціальної соціології, що вивчає:

– процеси функціонування та розвитку засобів масової комунікації;

– закономірності та динаміку соціального спілкування в контексті його впливу на життєдіяльність суспільства загалом та його різноманітних ланок;

– соціальні фактори, що зумовляють вплив масової комунікації на формування суспільної думки – відношення до соціальних реалій та цінностей.

Заслуговує на увагу й визначення відомого українського соціолога Н. Костенко²³, у якому соціологія масової комунікації розуміється як спеціальна галузь соціологічної науки, що визначає стан і динаміку масової комунікації в суспільстві, а також тенденції та особливості функціонування мас-медіа (преси, радіо, телебачення, відеосистем, кіно), за допомогою яких ця комунікація здійснюється. Отже, у найбільш узагальненому вигляді соціологія масової комунікації досліджує масову комунікацію як складне соціальне явище (соціальний феномен) та закономірності його функціонування у суспільстві, тенденції та прояви у взаємодії з іншими елементами суспільства.

Предмет соціології масових комунікацій – закономірності процесу організації та здійснення масово-комунікативної діяльності і проблеми, які виникають при цьому. Соціологія масових комунікацій має справу з вивченням процесів передачі інформації між соціальними суб'єктами. Саме тому предметом її досліджень є взаємодія комунікатора (того, хто передає повідомлення), аудиторії та визначення змісту й особливостей сприйняття масової інформації, вивчення функціонування окремих засобів масової інформації тощо.

Обидва визначення загалом охоплюють предметне поле соціології масової комунікації, хоча і потребують деяких уточнень. По-перше, в частині виділення такої предметної ознаки, як «соціальне», а по-друге – в частині акцентуації саме на комунікативному характері предмета, оскільки в обох визначеннях домінує інформаційний контекст. Узагальнюючи

²³ Костенко Н. Ценности и символы в массовой коммуникации. – К.: Наук. думка, 1993. – 130 с.

СОЦІОЛОГІЯ

розгляд типових визначень предмета соціології масової комунікації, пропонуємо таке його тлумачення. Предметом соціології масової комунікації доцільно вважати соціальні відносини, що виникають між учасниками масової комунікації та зумовляються їхнім соціальним статусом і роллю в системі соціальної комунікації.

7.2. Виникнення масових комунікацій в суспільстві: функціональний підхід

Розвиток масово-комунікативних процесів сприяє за великим рахунком розвитку всієї цивілізації. Без спілкування людство розвиватися не зможе, причому світ і спілкування складають єдине ціле, одне неодмінно має на увазі інше. Вихідною конфігурацією теорій масової комунікації (в тому числі і соціології) є саме поняття «масова комунікація». Термін «communication» існує в англійській мові з XV ст., позначаючи будь-який процес повідомлення, передачі. У XVII ст. його зміст розширюється, включаючи фізичні способи повідомлення, перш за все транспортні лінії комунікації (дороги, канали, пізніше – залізничні дороги).

У науковий обіг поняття «комунікація» ввів в 1909 р. американський соціолог, один з найвизначніших представників Чиказької соціологічної школи Чарлз Хортон Кулі²⁴, визначивши її як засіб актуалізації «органічно цілого світу людської думки». В якості засобів організації спілкування на початку XX ст. він називає газети, пошту, телеграф, залізницю та освіту.

В цілому термін «комунікація» має в даний час три значення. По-перше, комунікація інтерпретується як засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального і духовного світу. По-друге, комунікація розглядається як спілкування, передача інформації від людини до людини. По-третє, під комунікацією розуміється передача і масовий обмін інформацією з метою впливу на суспільство і його компоненти. У найзагальнішому

²⁴ Кулі Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок /пер. с англ. под ред. А.Б.Толстова. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. кн., 2000. – 320 с.

вигляді під комунікацією звичайно маються на увазі акт спілкування, зв'язок між двома і більше індивідами, заснована на взаєморозумінні; повідомлення інформації однією особою іншій або ряду осіб за допомогою загальної системи символів (знаків).

Процес комунікації утворюють постійні елементи:

- відправник (комунікатор, передавач повідомлень);
- канал, засіб передачі інформації;
- власне повідомлення;
- одержувач, якому призначена інформація і яка її інтерпретує.

До теперішнього часу розроблені різні структурні моделі комунікації, по-різному виділяють як її елементи, так і зв'язок між ними. Найпершою і найвідомішою стала лінійна модель комунікативного процесу, сформульована в 1948 р американським соціологом Г. Лассуелл²⁵. Суть її полягає в послідовних відповідях на питання: хто повідомляє; що повідомляє; яким каналу; кому повідомляє; з яким ефектом.

На думку одного з найвизначніших представників сучасної комунікативістики, професора Амстердамського університету Деніса МакКвейла²⁶, термін «масова комунікація» виник наприкінці 1930-х рр., фіксуючи поширення нових способів масової передачі соціальної інформації - розвиток радіомовлення (пізніше - телебачення) і їх дедалі більшу роль у суспільстві. Це об'єднане розширене поняття для позначення преси та мовлення відобразило новий етап в розвитку суспільства - поява сучасних мас-медіа.

В даний час для позначення масової комунікації повсюдно вживається термін «мас-медіа» (mass media). Media (від лат. Medium – посередник) зустрічається вже в XVI ст. в англійській мові, в XVII ст. використовується в мові філософії, а з XVIII ст. починає вживатися стосовно газетам – історично першому

²⁵ Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The communication of ideas / Ed. by L. Bryson. New York: Harper, 1948

²⁶ McQuail, D. Mass Communication Theory, An Introduction, SAGE Publications, 1994.

СОЦІОЛОГІЯ

спеціальному носію масової комунікації. З середини ХІХ в. це поняття набуває сучасне значення – поширення повідомлень за допомогою особливих засобів зв'язку (пошта, телеграф). Для позначення газети в якості рекламного посередника поняття «медіа» застосовується з початку ХХ ст. Традиційне об'єднання під загальною назвою «мас-медіа» таких різних за характером і часом появи таких засобів комунікації, як масова преса (газети та журнали (ХVІІІ - ХІХ ст.)), індустрія кіно і звукозапису (початок ХХ ст.), радіо (1920-і рр.), телебачення (1940-і рр.), і розширення цієї успадкованої від минулого лексики на новітні електронні ЗМІ виконують корисну описову функцію: використовуючи цей термін, ми розуміємо, про що йде мова. Однак в науковому плані це поняття надто невизначено в силу занадто великих відмінностей між включеними до нього настільки різнорідними феноменами. Використовується воно швидше в силу звички, як зручний спосіб для позначення області дослідження. Визначення ж того, як ця сфера повинна вивчатися, які причини, на яких повинні базуватися дослідження масової комунікації, до сих пір немає. Саме цією обставиною пояснюється проявився з 1940-х рр., тобто практично з моменту внесення цього концепту в наукові дослідження, термінологічний «різnobій».

Для позначення колективних дій медіа представники Франкфуртської школи Теодор Адорно (1903 - 1969) і Макс Хоркхаймер (1895 - 1973) у своїй знаменитій книзі «Діалектика освіти»²⁷ (1948) запропонували словосполучення «індустрія культури»; француз Луї Альтюсер²⁸ (1918-1990), об'єднавши медіа з сім'єю, церквою і системою освіти, позначив цей конгломерат як «ідеологічні основи державного апарату»; для

²⁷Макс Хоркхаймер, Теодор В. Адорно. *Діалектика Просвещения. Философские фрагменты.* Перевод с немецкого М. Кузнецова М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. - 312 с.

²⁸ Althusser L. *Idéologie et appareils idéologiques d'Etat // Althusser L. Positions (1964–1975).* Paris: Les Éditions sociales, 1976. P. 67–125.

американця Чарльза Райта Міллса²⁹ (1916-1962) – це «апарат культури».

На думку англійського соціолога Тоні Беннета³⁰, в цій термінологічній різноголосиці відбилися «нові підходи до вивчення медіа, в рамках яких зв'язок між медіа-процесами і більш широкими соціальними і політичними відносинами тлумачиться на мові, який суттєво відрізняється від мови, втіленого в підходах більш традиційної соціології масових комунікацій». Процес масової комунікації не є синонім «мас-медіа». Нині в комунікативістиці існує розмежування між масовою комунікацією як процесом соціального впливу mass media на аудиторію, як ефектом її впливу, як сприйняттям повідомлень мас-медіа, як соціальною роллю ЗМІ та її функцій у суспільстві тощо, і мас-медіа як організованими технологіями, що забезпечують технічну можливість масової комунікації

Наступний етап - в кінці ХІХ-початку ХХ століття Ч. Кулі засобами масової комунікації вперше називає газети, пошту, телеграф, залізницю, освіту. Для того щоб передавати інформацію раніше досить було можливостей людського голосу. Розвиток «підсилювачів» людського голосу для дистанційної передачі інформації: в цьому ряду може виявитися гонець, передає звістки з вуст в уста, або барабанний бій, що попереджає про небезпеку, або мотузка з вузликами, передана посланцем, або ж сигнальне вогнище, що означає наближення ворога.

До наступної революції в цивілізації – винаходи писемності, а потім друку – матеріалізації мови, так само як і до створення технічних підсилювачів мови, було вже недалеко. Деякі дослідники подовжують цей ланцюжок, вважаючи її початком усне мовлення. У тій мірі, в якій множилися способи передачі інформації для дистанційно розрізнених спільнот і груп,

²⁹ Миллс Чарльз Райт. Социологическое воображение / / Пер. с англ. О. А. Оберемко. Под общей редакцией и с предисловием Г. С. Батыгина. — Москва: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. — 264 с.

³⁰ Bennett, T. 'Theories of the Media, Theories of Society' in Ourevitch, M. et al. (eds.) Culture, Society and the Medici, London: Methuen, 1982, pp. 30

СОЦІОЛОГІЯ

збільшувалася значимість і роль цих спільнот як розділяють цінності, які генеруються авторитарною владою. Інформація ставала різноманітною, багатозначною, самодостатньою, іноді суперечить тій, яка виходила з центру, з владних структур. Розширювалося число учасників створення ціннісної картини світу. Зазначені історично нові соціальні інтереси потребували нових каналів трансляції їх суспільству. Зробити їх публічними, презентованими суспільству. Формою такої презентації стала народжується преса. Практично кожен соціальний інститут мав структуру з генерування ідей, створення текстів і їх передачі. Не випадково родоначальниками власне преси, газет, з'явилися саме історично молодші структури, такі виразники інтересів буржуазії і пролетаріату, як провісники майбутніх партій і рухів, а також структури по здійсненню маркетингу в сфері матеріального виробництва. Паралельно розвиваються самі інформаційні засоби і їх технологічне забезпечення - одне виникає з іншого, і, в свою чергу, нові інформаційні канали сприяють соціально-політичним трансформаціям суспільства.

Функціональний зв'язок між процесом індустріалізації та розвитком масових комунікацій (перша стимулює і матеріально забезпечує останні, ЗМК ж сприяють зростанню темпів індустріалізації) характеризується тим, що кожна щабель у розвитку ЗМК створює передумови для подальшого розвитку в сфері індустріалізації. Індустріалізація сприяла розвитку спеціалізованих комунікацій, під якими розуміються система освіти і система міжособистісних засобів зв'язку (телефон, телеграф, пошта).

Виникненню масових комунікацій в суспільстві сприяв не тільки технічний прогрес, який сам по собі є реалізацією певних суспільних потреб. В основі виникнення масових комунікацій лежать ті ж соціальні потреби в необхідності регулювання суспільних відносин, але відносин, що існують на досить високому рівні розвитку суспільства. Розвиток технічних засобів призводить до виникнення масових комунікацій, які не тільки здійснюють інформаційне обслуговування суспільства, а й займаються трансляванням і впровадженням оцінок суб'єктів політичної діяльності в масову свідомість.

Четверта стадія розвитку цивілізації, про яку почали говорити в останній третині ХХ ст., – так зване інформаційне суспільство – має в якості сутнісної характеристики такий показник, як зайнятість основної маси населення в інформаційних сферах діяльності. Використання нових інформаційних і комунікаційних технологій і нові сфери їх застосування на основі мультимедіа – робота на дому, покупка товарів через Інтернет, обслуговування клієнтів в режимі реального часу (on-line), кабельне ТБ і т.п. – змінюють нинішнє індустріальне суспільство. Тому майбутнє суспільство представляється як суспільство, в якому велика працююча частина населення зайнята в області виробництва, обробки та обміну інформацією. Виробництво і розподіл товарів все більше стають залежними від ефективної інформаційної та комунікаційної мережі. А інформаційна доступність призведе до зміни економічної структури індустріального і обслуговуючого суспільства в структуру інформаційного суспільства. Основний власністю такого суспільства є не земля і будівлі, як це було раніше, а інформація. Характеристикою цієї власності є те, що всі можуть користуватися їй спільно. І об'єкт власності перестає бути фізичним.

Єдина теорія масової комунікації історично складалася і досі формується з наукових підходів, позицій і досліджень багатьох вчених - представників як громадських, так і природних і технічних галузей знання. Вона визрівала в руслі філософії (Аристотель, Д. Локк, Т. Гоббс і ін.), Досліджень по соціології і психології (Г. Тард, Г. Лебон - кінець ХІХ - початок ХХ століття, Л.С.Виготський - 30-е роки, Т. Адорно, Г. Лассауелл, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, П. Лазарсфельд, Р. Мертон та ін. - 40-е роки, Ю. Хабермас, С. Московічі, А. Менегетті і ін. - 60 -80-ті роки ХХ століття). Можна виділити два історико-концептуальні підходи до визначення самого поняття «теорія масової комунікації».

Перший простягає можливості дослідження масової комунікації до періоду первісного суспільства, через вивчення процесів спілкування древніх людей і племен один з одним,

СОЦІОЛОГІЯ

особливостей засобів цього спілкування, прийомів і знаків передачі трудових, сакральних-обрядових, побутових і культурних текстів. У міру накопичення людиною соціально-культурного досвіду ускладнювалися знаряддя праці, і разом з тим спрощувалися способи повідомлень один з одним, племені і спільності людей з іншими племенами і спільнотами. А це означає, що спрощувались і набували все більшої масовості способи і знакові системи комунікативних процесів. У господарській, економічній діяльності розвивалася комунікація, що давала імпульси новим видам діяльності і комунікації.

Другий підхід – теорія масової комунікації в тому сенсі, в якому її розуміли західні теоретики, які зіткнулися з феноменом нарощування повідомлень за допомогою технічних засобів комунікації. Вона, на наш погляд, є розвитком поглядів вчених і мислителів і йде в руслі західних загальнокультурних досліджень (Г. Лебон, Г. Тард, Х. Ортега-і-Гассет, А. Моль, С. Московічі, А. Менегетті і ін.). Ю. Буданцев³¹ висунув в якості методології вивчення масово-комунікативних процесів системний, конкретно-історичний підхід. В його основі таке положення: виникнення і розвиток засобів МК синхронно виникнення і розвитку людського суспільства, причому визначальним моментом є саме суспільний розвиток. Масову комунікацію цей дослідник трактує як широке поле спілкування за допомогою природних ЗМК.

В останні роки інформаційні потоки отримали потужний імпульс для розвитку завдяки безперервному збільшенню кількості баз даних, персональних комп'ютерів, людських ресурсів, залучених в сферу комунікативної діяльності і технологій масових комунікацій. Окремі дослідники почали говорити про настання епоси «медіакратії» – влади ЗМІ, які вже не тільки відображають та інтерпретують дійсність, а й конструюють її за власними правилами. Постійно зростаючі потоки повідомлень, переданих різними ЗМІ, роблять процеси сприйняття, розуміння та оцінки їх все більш складними. Разом

³¹ Буданцев Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов. — М.: Изд-во Ун-та дружбы народов, 1986. — С. 52-55.

з ускладненням структури зовнішнього світу, з прискоренням проходять в ньому процесів людина все більше залежить від інформації, яка практично перетворюється для нього в свого роду «другу реальність». Наслідком розвитку і поглиблення уявлень про сутність і закономірності масових інформаційних комунікацій є ряд проблем, які засоби масової інформації ставлять перед суспільством. ЗМІ можуть в рівній мірі як інтегрувати, так і дезінтегрувати суспільство.

У сучасному суспільстві масова комунікація забезпечує трансляцію тієї соціально значимої інформації, якою оперують маси, оскільки вона або виникає в масовій аудиторії, або поширюється по масовим каналам, або споживається масовою аудиторією.

Масова комунікація є окремим випадком соціальної комунікації, під якою можна розуміти певну діяльність, обумовлену системою соціально значимих норм і оцінок, зразків і правил спілкування, прийнятих у даному суспільстві. Що робить масову комунікацію масовою?

Зазвичай відзначаються такі її основні специфічні особливості: спілкування за допомогою технічних засобів; відсутність безпосереднього зворотного зв'язку між комунікатором і аудиторією в процесі спілкування; соціальна спрямованість, соціальна орієнтованість спілкування: за допомогою ЗМІ спілкуються не окремі люди між собою, а великі соціальні групи. Саме спілкування великих соціальних груп становить принципова відмінність масової комунікації від міжособистісного спілкування, тобто спілкування між окремими індивідами. На зіставленні масової і міжособистісної комунікації засновано і визначення масової комунікації, як процесу, в ході якого складно організований інститут за допомогою одного або більше технічних засобів виробляє і передає загальнозначущі послання, які призначені для великої, різнорідної і розсіяною в просторі аудиторії. Якщо в процесі міжособистісної комунікації беруть участь індивіди і процес цей навіть при наявності технічних засобів (наприклад, телефон) носить інтерактивний, двосторонній характер і заснований на постійному відстеженні зворотного зв'язку, то комунікатором в масової комунікації є не

СОЦІОЛОГІЯ

окремих індивідів, а соціальний інститут, процес має односпрямований характер, тому безпосередня зворотний зв'язок між виробником і одержувачем послань відсутня, і для її здійснення потрібні інституалізовані посередники (організації, що займаються дослідженнями аудиторії і постачають результатами своїх замірів виробників послань).

Необхідно звернути увагу і на інші особливості масової комунікації: публічний характер і відкритість; обмежений і контрольований доступ до засобів передачі; опосередкованість контактів передавальної і приймаючої сторін; асиметричність (незбалансованість) відносин передавальної і приймаючої сторін; безліч реципієнтів; вплив інституційних приписів на відносини передавальної і приймаючої сторін.

Таким чином, під масовою комунікацією ми розуміємо різновид соціокультурної комунікації, що реалізується на рівні суспільства; процес, в ході якого специфічно організовані інститути за допомогою технічних засобів – засобів масової комунікації (преса, радіо, кінематограф, телебачення) – виробляють і передають послання великий і розсіяною в просторі аудиторії з метою впливу на оцінки, думки і поведінку людей. У процесі трансляції інформації головним є не стільки структура самого комунікатора, скільки спрямованість його діяльності, його цілі і прагнення. Міра, характер, ступінь впливу засобів масової комунікації на масову аудиторію залежать від установок комунікаторів, від змісту і форми подачі повідомлень, що передаються. У цьому плані особливу увагу в сучасному суспільстві приділяється формуванню установок, що регулюють характер розподілу і поширення інформації. Комунікативний процес здійснюється не стихійно, а цілеспрямовано, і стратегія комунікаторів залежить від тієї програми (політичної, ідеологічної, просвітницької, культурної), якою вони керуються.

Протосоціологічний етап дослідження масової комунікації пов'язаний зі створенням у суспільстві відповідних технічних і соціальних умов. Створення технічних передумов виникнення соціології масової комунікації пов'язують з винайденням Гутенбергом у 1456 р. набірної шрифту та друкарського верстата. Хоча за іншими джерелами створення таких умов

пов'язують з друкуванням та поширенням перших газет на початку XVII ст. та появою на їх шпальтах поряд з новинами і рекламних оголошень. Винахід дешевого способу публікацій новин (на переробленому папері) став поштовхом для масового поширення газет, починаючи з кінця XIX ст. і до нашого часу, та спричинив завершення протосоціологічного етапу.

З розвитком технічного рівня засобів масової комунікації, виникненням і розвитком радіо, телебачення, Інтернет та інших засобів найчастіше пов'язують подальший розвиток соціології масової комунікації. Водночас соціальним передумовам такого розвитку уваги приділяється значно менше. У цьому контексті заслуговує на підтримку обумовленість розвитку масової комунікації ослабленням традиційних зв'язків общинного життя в процесі індустріалізації та урбанізації західного суспільства (кінець XIX – початок XX ст.) і необхідності «швидкої соціалізації» людей як членів маси (Ч. Кулі, Л. Богард, Г. Блумер).

Початок власне соціологічного етапу дослідження масової комунікації як соціального явища пов'язують з ім'ям М. Вебера, який у статті «До соціології преси»³² (1910 р.) методологічно обґрунтував необхідність вивчення преси в соціологічному аспекті, розкрив її орієнтацію на різні соціальні структури та вплив на формування людини як члена соціуму. Він також сформулював соціальні вимоги до журналіста та обґрунтував методи аналізу преси. Проблеми діяльності масової комунікації, її впливу на аудиторію привертала увагу вчених протягом усього XX століття і продовжують привертати увагу зараз. Можна виділити наступні етапи в дослідженнях розвитку масових комунікацій.

Перший етап: 20-30 роки XX ст. Для цього етапу характерно наділення масових комунікацій практично безмежним впливом на громадську думку і поведінку людей. Цей період характерний виникненням радіо та зародженням тоталітарних держав з потужною системою масової пропаганди. Цим зумовлена спрямованість соціології масової комунікації на вивчення умов ефективного пропагандистського впливу і змісту

³² Weber M. Towards a Sociology of the Press//Journal of Communications.1976. Vol. 26. № 3.

СОЦІОЛОГІЯ

пропаганди (Г. Лассуелл, К. Ховланд). Поступово створювалась методика до сліджень масової комунікації: масове вибіркоче дослідження та панельне дослідження аудиторії (П. Лазарсфельд), контент-аналітичне дослідження (Г. Лассуелл, Б. Берельсон), експериментальне дослідження (К. Левін, К. Ховланд).

Другий етап: 40-60 роки ХХ ст. У цей період впевненість дослідників у всемогутності преси змінилася більш стриманим ставленням до її можливостей впливу на масову аудиторію. У 40-х рр. у дослідженнях ефективності масової комунікації вона розглядалась як прямий наслідок пропагандистського впливу, що підсилювався чи послаблювався впливом певних факторів. Період 50-х років ХХ ст. характерний зміною поглядів на ефективність впливу масової комунікації, які спирались на експериментально підтвердженій підсилюючий ефект. На цій підставі П. Лазарсфельд, а згодом Дж. Клеппер дійшли до визнання обмеженого впливу мас-медіа, що виступають швидше «агентом підсилення, ніж агентом зміни» установок реципієнтів – тих, хто отримує повідомлення.

У 60-ті роки ХХ ст. набула переваги думка про те, що вплив масової комунікації на установки та думки людей опосередковується характеристиками аудиторії: позицією групи, до якої належить реципієнт, чи позицією її окремих членів, а також селективністю, тобто схильністю людини відбирати ту інформацію, яка узгоджується з її цінностями та думками. У цей же період проявилась схильність до зміни пріоритетів у напрямках досліджень масової комунікації: соціально-політичний аналіз розвитку системи масової комунікації поступався вивченню її технологічних факторів. Крайнім проявом технологічного детермінізму була концепція Г. Маклуена щодо впливу технічних засобів комунікації.

Третій етап: початок 70-х років ХХ ст. – початок ХХІ ст. Це етап своєрідного повернення впевненості в могутність засобів масових комунікації на основі нових соціальних реалій. Початок 70-х років ХХ ст. характеризується утвердженням думки про зростання впливу масової комунікації на масову свідомість. Експериментальні дослідження підтвердили, що масова

комунікація більше впливає на те, про що говорять (тема), ніж на конкретну позицію людини щодо цієї теми. Вона обговорюється на рівні міжособистих контактів тим частіше, чим більше про неї говорять по радіо і на телебаченні. У цей період набувають поширення моделі «коорієнтації» (Дж. Маклеод), що пояснюють особливу актуальність звернення еліти і громадськості до мас-медіа в ситуації соціальної напруженості тощо.

Період 80-х років ХХ ст. характеризується деяким переміщенням зацікавленості соціологів масової комунікації з соціальних проблем до культурологічних, які розглядаються як цілеспрямований вплив та способи інтерпретації не тільки повідомлень, що передаються, а й повсякденного практичного досвіду реципієнтів. Набуває поширення модель формування громадської думки, що отримала назву «спіраль мовчання» (Е. Ноель-Нойман), яка спирається на схильність людей, думка яких збігається з позицією більшості, частіше обговорювати її на людях та відстоювати свою точку зору, в той час як особи, думка яких не збігається з більшістю, переважно мовчать про неї. У результаті руху цього процесу по спіралі деякі теми та позиції потрапляють у центр уваги населення, а інші відкидаються на периферію громадського інтересу. Якщо для певної аудиторії така поведінка проявляється як спроба уникнути ізоляції, то для тих, хто запускає «спіраль мовчання», — це намагання уникнути критики з боку громадськості.

Четвертий етап: початок ХХІ ст. – до теперішнього часу. Цей етап характерний зниженням довіри до традиційних засобів масової комунікації (преса, радіо, телебачення) і підвищенням ролі Інтернету.

У сучасній соціології масової комунікації її дослідження здійснюється переважно з позиції широкої перспективи культури. Участь масової комунікації у відтворенні соціально-структурних і політичних процесів, влади і контролю, повсякденного життя людей та людської індивідуальності вбачається як трансмісія культурних значень і сенсів у вигляді знань, цінностей, переконань, думок, навичок, взірців. У змісті процесів масової комунікації вбачають і виокремлюють

СОЦІОЛОГІЯ

культурні індикатори, що вказують на структуру й динаміку ціннісних систем у суспільстві (К. Розенгрен, З. Неменверт і Р. Вебер), зміщуючи акценти з вивчення недовгочасних або ситуативних ефектів масової комунікації на дослідження культурних рухів і циклів.

У концепціях А. Моля та Г. Маклуена мас-медіа надається вирішальна роль у формуванні нового типу інформаційної та культурної взаємодії завдяки їх здатності конструювати мозаїчну аудіовізуальну культуру. В окремий напрям розвитку сучасної соціології масової комунікації виділяється антираціональний імпульс масової комунікації. Вони репрезентують ідею потенційної здатності мас-медіа здійснювати соціальний контроль завдяки зваблюванню публіки особливою чуттєво-знаковою реальністю, яка виявляє схильність до саморозмноження, надмірного нарощування знаків, витіснення значень і сенсів за межі комунікації та розчинення істинних знань у своїх численних варіантах.

В екстатичних станах масової комунікації такий контроль сприяє перетворенню членів аудиторії на користувачів звабливих знаків, що веде до розпаду між ними соціальних зв'язків і «зникненню соціальної реальності» (Ж. Бодрійяр). Протилежної точки зору стосовно раціонального потенціалу мас-медіа дотримуються прибічники когнітивних підходів до масової комунікації. Досить визначено її висловлює відомий німецький соціолог Ю. Хабермас, який вважає, що соціальний контроль, що здійснюється засобами масової комунікації, має амбівалентний характер. Владний тиск ідеології або інтересів виробництва співіснує тут з раціонально усвідомлюваними правилами конструювання мовної реальності. Сутнісне приумножуючи комунікативні зв'язки взагалі, мас-медіа здатні працювати на підтримку раціонального суспільного дискурсу, якщо такий зароджується у публічній сфері.

7.3. Функції масової комунікації

З приводу функцій масової комунікації думки вчених розходяться. Основна відмінність зводиться до ступеня деталізації функцій. У 1948 р американським ученим Г. Лассуеллом³³ були виділені три функції:

1) огляд навколишнього світу, що можна інтерпретувати як інформаційну функцію;

2) кореляція з соціальними структурами суспільства, що можна тлумачити як вплив на суспільство і його пізнання через зворотний зв'язок;

3) передача культурної спадщини, що можна розуміти як пізнавально-культурологічну функцію, функцію спадкоємності культур.

У 1960 році американський дослідник К. Райт додав ще одну функцію - розважальну. На початку 80-х років фахівець з масової комунікації Амстердамського університету Мак-Квейл прокоментував ці функції і запропонував ще одну функцію, так звану мобілізуючу, маючи на увазі специфічні завдання, які виконує масова комунікація під час різноманітних компаній, частіше - політичних, рідше - релігійних. Здається, ця функція, яку можна кваліфікувати як регулюючу або керуючу, набуває чинності і в нашому суспільстві.

У вітчизняній психолінгвістиці виділяються чотири функції, типові для радіо- і телевізійного спілкування:

1) оптимізація діяльності товариства за рахунок орієнтації на соціальне спілкування, що дозволяє змінити колективну (спільну) діяльність;

2) функція контакту, яка грає роль в формуванні групового свідомості;

3) функція соціального контролю через використання соціальних норм, етичних і естетичних вимог;

³³ Lasswell H.D. The structure and function of communication in society // The communication of ideas / Ed. by L. Bryson. New York: Harper, 1948

СОЦІОЛОГІЯ

4) функція соціалізації особистості - виховна функція прищеплення особистості тих рис, які бажані для суспільства³⁴.

Інформаційна функція полягає в наданні масовому читачеві, слухачеві і глядачеві актуальної інформації про самих різних сферах діяльності - діловий, науково-технічної, політичної, юридичної, медичної і т.п. Отримуючи великий обсяг інформації, люди не тільки розширюють свої пізнавальні можливості, але і збільшують свій творчий потенціал. Знання інформації дає можливість прогнозувати свої дії, економить час. При цьому помітно посилюється мотивація до спільних дій. У цьому сенсі дана функція сприяє оптимізації корисної діяльності суспільства і індивіда. Регулююча функція має широкий діапазон впливу на масову аудиторію, починаючи з встановлення контактів, закінчуючи контролем над суспільством. У цій функції масова комунікація впливає на формування суспільної свідомості групи й особистості, на формування громадської думки та створення соціальних стереотипів. Тут же криються можливості маніпулювати і управляти суспільною свідомістю, фактично здійснювати функцію соціального контролю. При певних умовах ця функція служить цілям «промивання мізків»³⁵.

Одержувач інформації має можливість порівнювати різні соціальні ситуації, які коментуються ЗМІ або з позитивною, або з негативною оцінкою. Люди, як правило, приймають ті соціальні норми поведінки, етичні вимоги, естетичні принципи, які переконливо пропагуються ЗМІ як позитивний стереотип способу життя, стилю одягу, форми спілкування і т.п. Так відбувається соціалізація індивіда відповідно до норм, бажаними для суспільства в даний історичний період.

Культурологічна функція виконує не тільки свою основну пізнавальну задачу - ознайомлення з досягненнями культури і мистецтва, вона сприяє усвідомленню суспільством необхідності

³⁴ Див. Г.Г. Почепцов. Теория коммуникации – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» – 2001. – 656 с.

³⁵ Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учеб. - М.: Междунар. ун-т Бизнеса и Управления, 1997. – 304 с.

спадкоємності культури, збереження культурних традицій. За допомогою ЗМІ люди знайомляться з особливостями різних культур і субкультур. Це розвиває естетичний смак, сприяє взаєморозумінню, зняттю соціальної напруженості, в кінцевому рахунку, сприяє інтеграції суспільства. З цією функцією пов'язано поняття масової культури, ставлення до якої в плані її соціальної цінності неоднозначно. З одного боку, прагнення познайомити широкий загал з досягненнями світового мистецтва, новими напрямками і тенденціями є безперечною заслугою ЗМІ.

З іншого боку, низький художній рівень розважальних програм, необмежені можливості їх тиражування виховують поганий смак у споживачів масової культури.

З урахуванням наведених вище характеристик і основних функцій масової комунікації її соціальна сутність зводиться до того, що це - потужний засіб впливу на суспільство з метою оптимізації його діяльності, соціалізації індивіда та інтеграції суспільства.

7.4. Медіапланування як інструмент організації роботи ЗМК

Медіапланування – це сукупність рішень і дій, спрямованих на ефективне доведення рекламних повідомлень до споживачів, що має на увазі вибір оптимальних каналів розміщення реклами, формування календарного графіка розміщення рекламних повідомлень, тривалість рекламної кампанії³⁶. Цілі рекламної кампанії полягають в просуванні товару на ринок, збільшення продажів, підвищення впізнаваності товару або послуги, зростання відвідуваності сайту або торгової мережі. Ці цілі можуть переслідуватися як одинично, так і одночасно. Однією з найважливіших частин медіапланування є розробка медіаплану. Медіа-план - це цільовий, програмний документ, певним чином структурований, він представляє собою систему розрахунків,

³⁶ Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина,- 2006. – 448 с.

СОЦІОЛОГІЯ

обґрунтувань, опису заходів і дій по роботі із засобами масової інформації з урахуванням максимальної ефективності при певному рівні витрат. У медіаплані рекламної кампанії описуються обрані типи реклами, терміни розміщення, вартість (пакетна або разова покупка, спонсорство і т.п.), а також ефективність проведеної рекламної кампанії. Головною умовою ефективності медіапланування є можливість отримання рекламної інформації найбільшим числом представників цільової аудиторії - групою потенційних споживачів, які є об'єктом реклами, одержувачами рекламних повідомлень, саме вони представляють найбільший інтерес для рекламодавця.

Залежно від ступеня конкретизації засобів поширення звернення виділяються поняття медіа-канал і медіа-носій.

Медіаканал (медіа-категорія) являє собою сукупність засобів поширення реклами, однотипних з погляду способу передачі інформації, вони характеризуються однакою типом сприйняття їх аудиторією. Наприклад, преса, засоби рекламної поліграфії, телебачення, зовнішня реклама та інше³⁷.

Медіаносій – це конкретний представник медіа-каналу (тобто випуск друкованого видання, телепрограма, радіопередача), в якому розміщено рекламне повідомлення. Наприклад: медіа-канал - телебачення, медіа-носій - програма «Суб'єктивні новини» телеканалу «НТВ». Основною характеристикою медіаносія є рейтинг - кількість індивідуумів, що складають цільову аудиторію даного рекламного повідомлення, що дивляться цей носій в даний час, відносяться до загальної чисельності людей, що мають технічну можливість дивитися телевизор, тобто потенційних телеглядачів. Властивості медіа-носія характеризуються такими показниками³⁸:

– **вибірковість (селективність) аудиторії** (Audience selectivity) - властивість медіаносія доводити інформацію до певного сегмента, визначеної групи споживачів при

³⁷ Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями. – М.:ИД Университетская книга. – 2010. – 580 с.

³⁸ Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями. – М.:ИД Университетская книга. – 2010. – 580 с.

мінімальному охопленні не заданих сегментів споживачів, тобто мінімальної «порожньої доставки»;

– **потенціал охоплення** (Reach potential) - здатність медіаносія зібрати, акумулювати максимальну кількість людей в якості своїх читачів, глядачів, слухачів;

– **швидкість акумулювання аудиторії** (Speed of audience accumulation) – показує, скільки часу або скільки виходів потрібно даним медіаносіям для того, щоб охопити всю свою потенційну аудиторію;

– **географічна гнучкість** (Geographic flexibility) – показує, наскільки гнучко даний медіаносій охоплює потрібні нам географічні області;

– **термін оплати до розміщення** (Lead time to buy) – показує, за який термін, до виходу в світ рекламного повідомлення, в даному конкретному медіаносії воно повинно бути оплачено;

– **контроль пред'явлення рекламного оголошення** (Advertising exposure control) – показує здатність медіаносія піддаватися контролю (можливість рекламодавця зафіксувати момент пред'явлення реклами), коли споживач побачить / почує рекламне повідомлення в даному медіа носії;

– **розташування під час пред'явлення** (Location at time of exposure) – характеризує місце розташування споживача по відношенню до рекламного оголошення під час пред'явлення рекламного оголошення.

Здійснення медіапланування передбачає виконання таких **етапів**³⁹:

1. **Дослідження.** Ситуаційний аналіз. Перш за все, необхідно здійснити аналіз поточної ситуації та визначити основні характеристики, пріоритети, підходи до медіапланування. Основним завданням подібної аналітичної процедури, незалежно від масштабів і типу рекламної кампанії, є визначення маркетингово-рекламної перспективи компанії в

³⁹ Бузин В. Н., Бузина Т. С. Медиапланирование. Теория и практика. — М.: ЮНИТИ, 2010

СОЦІОЛОГІЯ

світлі застосування різних типів рекламних носіїв. Крім того, ситуаційний аналіз формулює ряд цілей, покликаних забезпечити вірну орієнтацію створюваного медіаплану по відношенню до основних елементів стратегії рекламної кампанії.

2. **Цільове планування.** Планування цілей рекламного розміщення безпосередньо пов'язано як із загальною стратегією маркетингу і рекламної діяльності, так і з можливостями медіа-засобів щодо її здійснення. Необхідно, щоб основні стратегічні цілі кампанії були ретельно скоординовані і чітко сфокусовані на цільового споживача шляхом застосування відповідних медіа-засобів, причому цільове планування медіа-носіїв має забезпечувати найбільш ефективну їх взаємодію один з одним в рамках загальної стратегічної програми.

3. **Стратегічні розробки.** Створення стратегічної програми по ефективному розміщенню реклами в медіа-засобах - ключовий етап медіапланування. При створенні подібної стратегії розробникам необхідно враховувати «багатовимірність» кожного з прийнятих рішень, наявність прямої і непрямої віддачі від використання кожного медіа-засобу, а також характер взаємозв'язку всіх обраних медіа-засобів в загальному рекламно-медійному полі. Відповідь на кожне з питань передбачає безліч варіантів, з яких складається short-лист медіа-стратегії (список прийнятних варіантів).

4. **Тактичне планування**, припускає:

- формування медіа-листа і вибір каналів поширення. Хоча сильна і грамотно побудована стратегія є основним джерелом рекомендацій для відбору кандидатур конкретних носіїв і засобів, але навіть вона не може врахувати всіх деталей, нюансів і особливостей резервування рекламного простору, з якими стикаються розробники медіа-листів (списків потенційних медіа-носіїв для даної рекламної кампанії) і медіа-бар'єри (фахівці із закупівлі рекламного простору) в своїй практичній діяльності. Вибір кожного з носіїв повинен бути обґрунтований: необхідно точно знати і коректно сформулювати, яким саме чином цей носій забезпечить досягнення цілей, поставлених перед рекламною кампанією. Щоб обґрунтувати свій вибір, укладачі медіа-листів вдаються до

певної системи аргументів, заснованої на складному і багаторівневому аналізі параметрів і можливостей конкретних медіа-носіїв;

- створення план-схеми медіа-потоків (медіаоблік). Створення медіаплану має на увазі точне визначення медіа-носіїв, які будуть задіяні в процесі проведення рекламної кампанії, і кількості рекламного простору (часу), яке планується закупити за кожним видом носіїв (якщо їх декілька). Для більш детального опису основних позицій медіа-плану розробляється схема рекламного потоку, в якій зазначаються розрахунок бюджету рекламної кампанії і графік розміщення рекламних повідомлень.

Практична реалізація рекламної кампанії можлива тільки після затвердження медіа-листа, схем потоків і графіків розміщення реклами для всіх медіа-засобів (і їх комбінацій), які вирішено задіяти при проведенні рекламної кампанії.

5. Контроль за дотриманням медіаплану.

6. Оцінка ефективності медіаплану. Оцінка ефективності розміщення рекламних повідомлень в обраних носіях ґрунтується на зіставленні очікувань і прогнозів з тим, що сталося насправді. Незважаючи на те, що не існує методів, що дозволяють визначити зі стовідсотковою точністю ефективність медіаплану, оцінка все ж повинна проводитися. Навіть така оцінка дозволяє зробити певні висновки, на основі яких буде здійснено необхідне коригування.

Таким чином, слід зазначити, що медіапланування - планування рекламних кампаній, зміст якого зводиться до вибору оптимальної програми розміщення рекламного матеріалу. Основною метою є досягнення максимального ефекту від вкладень в рекламну кампанію. Здійснення медіапланування передбачає виконання таких етапів:

- 1) аналіз поточної ситуації та визначення основних характеристик, пріоритетів, підходів до медіапланування;
- 2) планування цілей рекламного розміщення;
- 3) створення стратегічної програми по ефективному розміщенню реклами в медіа-засобах;

СОЦІОЛОГІЯ

4) тактичне планування, що припускає формування медіа-листа і вибір каналів поширення і створення план-схеми медіа-потоків (медіаоблік);

5) контроль за дотриманням медіаплану;

б) оцінка ефективності медіаплану.

Процес **медіапланування** - це вибір необхідних рекламних засобів (оптимальних каналів комунікацій), які будуть використані в ході рекламної кампанії, і розробка оптимального плану їх використання. Термін утворений в результаті з'єднання слова *media*, що позначає засоби поширення реклами, з вітчизняним словом «планування». Система медіапланування передбачає отримання відповідей на наступні питання:

1. Скільки людей з цільової аудиторії необхідно охопити?

2. У яких ЗМІ та інших конкретних носіях буде розміщена реклама?

3. Яка черговість використання рекламних засобів?

4. Коли слід запускати рекламу?

5. Протягом якого часу вона буде передаватися і з якою періодичністю?

6. У якому регіоні повинна з'явитися реклама?

7. Які суми грошей будуть витрачені на кожне рекламне засіб?

Медіапланування – це особлива сфера рекламної діяльності. У структурі великих рекламних агентств обов'язково є відділ медіапланування, в якому працюють спеціалісти з медіа. Основне **завдання** медіа планерам – розробка медіапланів рекламних кампаній. **Медіа-план** – це набір схем розміщення рекламних матеріалів рекламної кампанії. У більш широкому розумінні медіаплан є комплексним документом, в якому визначено й обґрунтовано всі стратегічні і тактичні сторони проведення рекламної кампанії. Такий розширений медіаплан містить наступні положення⁴⁰:

⁴⁰ Сиссорс, Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2004. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

- аналіз поточної маркетингової і рекламної ситуацій;
- обґрунтування рекламної стратегії і позиціонування продукту;
- характеристики цільових ринків і цільових аудиторій;
- аналіз мотивації споживачів;
- мета рекламної кампанії у вимірюваних величинах;
- рекламні звернення;
- стратегія розміщення рекламних матеріалів (медіамікс);
- бюджет кампанії і прогноз реакції ринків.

Такий розширений варіант медіаплану розробляють при підготовці великомасштабних рекламних кампаній.

Основним **завданням** медіапланування є:

- 1) донесення рекламного повідомлення до максимального числа потенційних покупців;
- 2) з мінімальними витратами;
- 3) протягом заданого часу;
- 4) певну кількість разів для досягнення цілей рекламної кампанії.

Від того, наскільки професійно проведено медіапланування (тобто від вірного вибору засобів поширення реклами і оптимального графіка їх використання), залежить дуже багато чого:

- скількох потенційних споживачів досягне оголошення;
- який буде вплив на них;
- які суми будуть витрачені на рекламу;
- наскільки ефективними будуть ці витрати.

В кінцевому рахунку медіапланування визначає успіх всієї рекламної кампанії, її рентабельність.

Основні етапи медіапланування

В процесі медіапланування можна умовно виділити чотири основні етапи⁴¹.

1. Аналіз рекламно-маркетингової ситуації.

⁴¹ Сиссорс, Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2004. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и Медиапланирование. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.

СОЦІОЛОГІЯ

Медіапланування ніколи не починають з питання «Де розмістити рекламу?». Розробка медіаплану передбачає наявність у медіа-планера великого обсягу спеціальної інформації. На цьому етапі ознайомлюються з маркетинговою ситуацією (становищем фірми і товару на ринку), що представляють проблеми та завдання рекламної діяльності рекламодавця. Вивчається цільова аудиторія, якій призначено звернення. Медіапланери повинні мати «портрет» цільової аудиторії звернення (кількісні та якісні характеристики сегмента в цілому і середнього представника сегменту зокрема), знати їх думки, переваги, очікування.

З'ясовуються конкурентна ситуація на ринку, рекламна діяльність конкурентів і їх активність. Виявляються особливості рекламованого товару і його позиціонування.

Визначається приблизний розмір бюджету. Найчастіше бюджет рекламної кампанії визначається замовником заздалегідь і медіапланер не дає рекомендації щодо загальних витрат.

Аналізується креативна стратегія рекламної кампанії. Процес медіапланування дуже сильно залежить від креативної стратегії. Одні стратегії підходять для одних ЗМІ, інші більш придатні для інших. Це пояснюється тим, що особливості каналу сильно впливають на сприйняття рекламного звернення. Одне і те ж рекламне звернення, розміщене в газеті безкоштовних оголошень і респектабельному журналі, буде сприйматися по-різному.

2. Ухвалення рішення про охоплення аудиторії і частоті контактів

Поняття охоплення і частоти відносять до базових понять медіапланування. Для рекламодавця важливо, яку частину цільової аудиторії досягне послання і скільки рекламних контактів з рекламним зверненням буде у кожного представника цільової аудиторії. У зв'язку з цим перед тим, як приступити до вибору носіїв і розробки схеми розміщення реклами, приймають важливе рішення про необхідне охоплення аудиторії і частоту (зокрема рекламних контактів).

Охоплення носія (або схеми розміщення) - це число осіб цільової аудиторії, які познайомляться з рекламним зверненням хоча б один раз за певний період (у відсотках або в абсолютних числах). Наприклад, відомо, що каву в нашій країні споживають приблизно 30 млн. чоловік. Газета, в якій каву рекламують, має тираж 2 млн. примірників, і кожну газету читають в середньому три людини. В цьому випадку охоплення даного носія складе 6 млн. Чоловік, або 12%.

Враховується тільки недубльовані охоплення, тобто кожен представник цільової аудиторії, якого досяг носій з оголошенням, враховується тільки один раз, незалежно від того, скільки разів насправді цей одержувач мав контакт з даними носієм в зазначений період. Охоплення не зростає пропорційно числу повторів реклами, оскільки із зверненням зіштовхнуться особи, вже раніше ознайомлені з ним.

Чим вище охоплення, тим краще рекламний носій. Але не має сенсу ставити завдання домогтися стовідсоткового охоплення. Досвід показує, що останні відсотки - найдорожчі. Щоб охопити 90% ринку, потрібно затратити вдвічі більше коштів, ніж на 70%, тому, розробляючи медіаплан, зазвичай прагнуть до охоплення 70%.

Частота появи реклами показує, скільки разів за конкретний час повинен мати справу з рекламним оголошенням середній представник цільової аудиторії. Приймаючи рішення про частоту (як і рішення про охоплення), спираються на здоровий глузд, інтуїцію і аналіз ситуації.

На вибір частоти впливають багато факторів: мета реклами та стадія життєвого циклу товару, ступінь активності конкурентів, якість креативу рекламних матеріалів (наприклад, дуже хороший рекламний ролик може запам'ятатися і стати ефективним навіть з 2-3 включень в місяць, а непрофесійний не дасть результату і при десятках показів в місяць).

Крім того, при виборі оптимальної частоти треба враховувати психологію сприйняття реклами. Звичайно, збільшення частоти появи звернення сприяє закріпленню образу товару і товарного знака, але не все так просто. Важливо не переситити аудиторію надто нав'язливим повторенням одних і

СОЦІОЛОГІЯ

тих же рекламних звернень. У той же час не можна відокремлювати рекламні звернення один від одного великими інтервалами.

Експериментальне вивчення психології сприйняття частоти впливу реклами на людину було проведено професором Лейпцігського університету В. Вундтом. Їм було встановлено, що існує гранична частота рекламного впливу, нижче якої реклама практично не справляє на людину ніякого ефекту (не викликає ніякої реакції).

При підвищенні частоти впливу вище порогового, виникає позитивна реакція, яка досягає певного максимального значення. Частота, при якій досягається максимум позитивної реакції, вважається оптимальною. При подальшому підвищенні частоти впливу рівень позитивна реакція людини знижується, наближаючись до нульового і навіть негативного. Отже, якщо занадто часто повторювати одне й те саме звернення, люди будуть його ігнорувати і навіть реагувати негативно.

При виборі оптимальної частоти треба пам'ятати, що для запам'ятовування реклами людина повинна її побачити не менше п'яти разів. У цьому випадку він засвоїть її основні положення і зацікавиться ними. До такої частоти часто і прагнуть, плануючи рекламу. Але якщо рекламні дії конкурентів активні або стоїть завдання привернути увагу клієнта до себе або відвести його у конкурента, частота повинна бути набагато вище.

3. Порівняльний аналіз і вибір носіїв рекламних звернень

На цьому етапі головне завдання медіа-планера - вибрати найбільш рентабельні засоби поширення реклами (тобто ті, що дають найбільший ефект при мінімумі витрат).

У медіаплануванні виділяють такі поняття. **Медіа** - це засоби поширення реклами. **Медіаканал** - це сукупність засобів поширення реклами, однотипних з погляду способу передачі інформації. **Медіаносій** - це конкретний представник медіаканала. Наприклад, медіаканал - телебачення, а медіаносій - конкретна програма.

Немає кращих чи гірших медіаносіїв. Рішення про вибір рекламних засобів слід приймати виходячи з конкретної ситуації. На вибір тих чи інших рекламних засобів вказують вплив такі основні фактори⁴²:

- мета реклами;
- специфіка рекламованого продукту;
- характеристики цільової аудиторії;
- регіон поширення реклами;
- стан ринку (насичений ринок вимагає більшого напору);
- рекламна діяльність конкурентів (небажано вибирати рекламні засоби, що використовуються конкурентами);
- особливості окремих засобів розповсюдження реклами (не всі рекламні засоби можуть забезпечити необхідну частоту, охоплення цільової аудиторії, образ, географію поширення і ін.);
- сума рекламного бюджету (часто обмежує вибір засобів);
- необхідне охоплення цільової аудиторії і частота контактів;
- законодавчі заборони (наприклад, алкогольні та тютюнові вироби).

Вибір ЗМІ визначають креатив і зміст рекламного звернення. Зміст звернення повинен відповідати носію. Крім того, якщо творче рішення не надто сильне, то обраний рекламний засіб має забезпечити високу частоту контактів.

Після ретельного вивчення рекламних засобів з урахуванням вищенаведених критеріїв проводять порівняльний аналіз вартості реклами. З цією метою для кожного альтернативного носія реклами розраховують вартість витрат на рекламу, що припадає на 1000 чоловік. Для цього показника в медіапланування прийнята аббревіатура СРТ (від англ. Cost per thousand - ціна за тисячу)⁴³.

СРТ = Витрати на рекламу: Читацька, глядацька або слухацька аудиторія * 1000

⁴² Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина. - 2006. -448 с.

⁴³ Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина. - 2006. – 448 с.

СОЦІОЛОГІЯ

Найбільш ефективним буде той засіб, вартість якого в розрахунку на 1000 осіб цільової аудиторії буде мінімальна при найбільш високому охопленні цільового ринку.

Після того як ретельно вивчені особливості засобів поширення реклами і проведено їх порівняльний аналіз, вибираються оптимальні медіаканали і медіаносії рекламних звернень.

Необхідно розробити таку схему розміщення рекламних матеріалів, при якій в рамках заданого бюджету досягаються максимально можливі охоплення цільової аудиторії з частотами, близькими до оптимальних. Причому дуже важливо вирішити, що в даному конкретному випадку важливіше - велика частота або більший радіус дії.

Графіки можуть бути різних типів: наростаючі, рівні, спадаючі в залежності від товару і маркетингової стратегії компанії. Розробка схем розміщення є процесом творчим, заснованим не тільки на аналізі, а й на інтуїції. Розрахунок схем і вибір оптимального варіанту розміщення рекламного послання проводиться із застосуванням складного математичного апарату і спеціального програмного забезпечення.

Кожна з розроблених схем розміщення рекламних матеріалів оцінюється розрахунковим шляхом по ряду показників, основними з яких є охоплення, оптимальна частота і вартість схеми. Потім шляхом порівняння цих показників вибирається схема, яка є наближеною до оптимальної.

Планування коштів реклами передбачає відбір відповідних носіїв для доведення рекламного повідомлення до цільових ринків, а також прийняття рішень, які саме носії треба закупити і як багато витратити на кожен з них. Медіапланування передбачає розробку графіка розміщення реклами.

Складність вибору визначається, в основному, конкретною ситуацією. В принципі, будь-яких правил або формул для вирішення проблем вибору не існує. Рішення завжди приймається в світлі конкретних вимог конкретної обстановки.

При розробці плану треба відповісти на основні питання:

- Кого ми хочемо охопити рекламою?

- Де знаходяться наші реципієнти?
- Що являє собою наше повідомлення?
- Коли потрібно розміщувати наше рекламне повідомлення?

Відповідь на питання - кого ми хочемо охопити? - вимагає точного опису цільових аудиторій, відповідь на питання - де? - вимагає такого ж точного опису регіональності рекламної кампанії, відповідь на питання - що являє собою рекламне повідомлення? - має значення для вибору носіїв, а питання - коли? - дозволяє визначити періодичність та інтенсивність виходів рекламних повідомлень.

Медіапланування, по більшій своїй частині, є судженням, що базується на інформації та знанні механізму роботи кожного рекламоносія і емпіричному підтвердженні того, як споживач реагує на ЗМІ. Невідомо, наприклад, як часто споживач повинен бачити рекламне звернення по товару X, перш ніж він купить цей самий товар X. І все ж, частота рекламного впливу є одним з найважливіших чинників при складанні медіаплану. А саме, частота впливу багато в чому визначає, які саме ЗМІ є найбільш переважними, скільки грошей треба для проведення результативної і прийнятною по бюджету рекламної кампанії.

Для того щоб прийняти рішення про вибір ЗМІ, використовується певна схема, яка і представляє процес розробки медіастратегії.

Основні етапи планування

1. Визначення маркетингової проблеми. Які ринки становлять інтерес для рекламодавця в даний час, які в майбутньому? Хто є найбільш вірогідним покупцем? Як підтримувати переваги покупців? Як часто купується продукт і т.д.?

2. Трансформація вимог щодо збуту в досяжні медіацілі. Якщо маркетингова мета полягає в стимулюванні пробної покупки серед потенційних споживачів, важливіше охопити максимально можливу кількість людей, ніж контактувати з меншою кількістю, але частіше. Якщо продукт купують часто, то підходящої тактикою може бути досягнення підвищеної частоти впливу.

СОЦІОЛОГІЯ

3. Рішення щодо вибору медіа за допомогою формулювання медіастратегії. Якщо треба охопити певну демографічну групу, вибір медіа залежить від ефективності контакту з цією групою.

Медіацілі повинні співвідносити медіаплан з потребами ринку і плану маркетингу, оскільки медіаплан є складовою частиною маркетингового-соціологічного плану.

Наприклад, треба знати, яка реклама потрібна - масована, яка приверне увагу до нових товарів, або підтримуюча відомі бренди. Рекламна кампанія повинна орієнтуватися на споживачів даного бренду або на тих, хто не купує цей бренд, і т.д.

Маркетингово-соціологічне дослідження допомагають визначити ринок і споживача.

Дані з продажів є одним з основних показників. Жоден бренд не має рівної картини продажів по країні. Є регіони з високим і низьким рівнем проникнення, де місцеві особливості, конкуренція впливають на стан бренду, існує також сезонність продажів і т.п. Зазвичай ці відхилення необхідно виявляти і використовувати при складанні медіастратегії.

Діяльність конкурентів повинна бути оцінена в процесі розробки медіастратегії. Необхідно проаналізувати кроки конкурентів і визначити, які ЗМІ використовуються і як часто. Вивчаючи розміри інвестицій конкурентів на рекламу, можна визначити можливості розміщення реклами в тих ЗМІ, які не використовують конкуренти, або ж збільшити витрати на ЗМІ, які використовуються конкурентами.

Аудиторія

Кого повинна охопити реклама даного бренду? Яка важливість кожної групи? Аудиторія аналізується з точки зору віку, статі, доходу, освіти, зайнятості та ряду інших, доступних при вивченні аудиторії показників.

Для більшості товарів і послуг є одна-дві основні соціально-демографічні групи. Медіа-стратегія повинна враховувати всі соціально-демографічні характеристики, щоб встановити важливість кожної групи. Але зазвичай планер досліджує тільки основні групи і приймає при цьому рішення, що інші групи виключені з доставки рекламного повідомлення.

Територія

Де слід зосередити рекламну активності даного бренду? На яких ринках продажі мінімальні, яка важливість цих ринків? Чи існує нерівномірність рівня продажів на будь-яких ринках?

Медіапланер повинен мати уявлення про обсяги або можливості продажів по кожній області і про будь-якому іншому важливому показнику. Після того, як зібрана вся необхідна інформація, треба вирішити, де здійснювати рекламну кампанію. Відомі дві основні концепції⁴⁴:

- рекламувати там, де бізнес розвинений. Це - оборонний підхід. Він допомагає захистити те, що є, і одночасно спрямований на розвиток бізнесу на підставі припущення про те, що досягти збільшення обсягу продажів даного бренду можна там, де цей бренд займає сильні позиції;

- рекламувати там, де бізнес не розвинений. Це - наступальна філософія. Вона заснована на тому, що зміни потреб споживача призводять до зміни споживчих переваг. Реклама в цих регіонах заявить про присутність продукції на ринку. Для успішного застосування цієї стратегії слід забезпечити і інші складові: необхідний товар, мережу розповсюдження, конкурентні ціни.

Розподіл в часі

Чи існує періодичність продажів? Чи слід протистояти рекламі конкурентів?

Необхідно запропонувати дії по кожному з цих питань і використовувати конкретні календарні одиниці (дні, тижні, місяці). Розробити розподіл рекламної активності. Наприклад, витратити рекламний бюджет відповідно до відсотків продажів кожен місяць, концентрувати рекламу за певними днями тижня, щоб охопити потенційних покупців товару перед днем найвищої купівельної активності.

Охоплення та частота впливу

⁴⁴ Тангейт М. Медиагиганти. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.

СОЦІОЛОГІЯ

Який необхідний рівень охоплення? Яка потрібна частота впливу? Чи повинні рівні охоплення і частоти варіюватися в залежності від пори року, ринку?

Кількість людей, що треба охопити рекламою, і частота охоплення найсильніше впливають на розробку медіаплану. Тому треба вирішувати, яку схему охоплення вибрати і провести розрахунок ефективної частоти повторів рекламного повідомлення, розподілу бюджету рекламної кампанії.

Що стосується співвідношення обхвату і кількості рекламних циклів, то зазвичай не потрібно охоплювати протягом року всю цільову аудиторію, для цього використовуються періоди рекламної активності. Компроміс між частотою і кількістю рекламних циклів полягає в тому, щоб при фіксованому охопленні, рекламувати продукт або з низькою частотою і великою кількістю циклів, або з ефективною частотою і меншою кількістю циклів. Рішення полягає в тому, що рекламна кампанія ущільнюється до меншої кількості циклів, періодично концентруючи частоту рекламного повідомлення.

Вибір схеми охоплення

Одне з основних завдань при розробці медіастратегії - це вибір паттерна охоплення.

Патерн охоплення - це розподіл активних періодів рекламної кампанії протягом усього планованого періоду, який забезпечує максимізацію ефективного рівня охоплення. Ефективний рівень охоплення - охоплення цільової аудиторії із заданою ефективною частотою.

Існує дві категорії патернів⁴⁵. Перша категорія - це патерни для виведення на ринок нових продуктів і послуг. Друга категорія - патерни для продуктів вже існуючих на ринку товарів і послуг.

Патерни охоплення товарів і послуг, що виводяться на ринок:

- бліц-патерн;
- клін-патерн;

⁴⁵ Тангейт М. Медиагиганти. Крупнейшие медиакампании виживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблшер. – 2016. -262 с.

- зворотний клін-патерн;
- імпульс-патерн.

Якщо новий товар вижив на ринку, то він переходить в категорію стійких товарів. Для утримання покупців товару теж потрібна реклама.

Для стійких товарів виділяють наступну групу патернів:

- патерн циклу покупки;
- патерн популярності;
- патерн зміщеного охоплення;
- сезонний патерн.

Всі перераховані патерни треба використовувати творчо, залежно від ситуації і вихідних параметрів.

Ефективна частота

Відомо, що охоплення цільової аудиторії характеризується також і частотою. При розробці медіастратегії часто користуються концепцією ефективною частоти.

Сенс її в тому, що споживач повинен зазнати впливу реклами мінімальну кількість разів за рекламний цикл. Ефективна частота знаходиться між мінімальним і максимальним рівнями ефективною частоти. Цей діапазон частоти називається ефективним тому, що саме в цих межах реклама максимально збільшує прихильність споживача до здійснення покупки. Під контактом розуміється розміщення в такому засобі реклами, де, імовірно, він буде побачений або почутий потенційним споживачем.

Питання ефективною частоти має досить тривалу історію. Існувало кілька критеріїв ефективною частоти. Вперше критерії ефективною частоти були запропоновані Michael J. Naples⁴⁶. Він сформулював 10 таких критеріїв:

1. Одноразове пред'явлення рекламного повідомлення споживачам цільовою аудиторії протягом циклу покупки даного товару не дає ніякого ефекту, або дає, але дуже маленький.

⁴⁶ Тангейт М. Медиагиганти. Крупнейшие медиакампании виживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблицер. – 2016. -262 с.

СОЦІОЛОГІЯ

2. Оскільки одноразове пред'явлення зазвичай неефективно, то головним завданням медіастратегії є скоріше забезпечення ефективної частоти, ніж охоплення.

3. Передбачається, що частота 2 протягом циклу покупки товару є ефективною.

4. Більш того, оптимальною передбачається частота пред'явлення 3 протягом циклу покупки для даного товару.

5. При збільшенні частоти пред'явлення понад 3 за цикл покупки товару або протягом 4-8 тижнів збільшення частоти дозволяє збільшувати ефективність рекламного повідомлення, але з меншою інтенсивністю.

6. Зменшення приросту інтенсивності ефективності при збільшенні частоти пред'явлення залежить не тільки від частоти пред'явлення самої по собі.

7. Дуже відомі і/ або домінуючі за рекламними бюджетами бренди, що займають значну частку ринку, поводяться по відношенню до частоти пред'явлення інакше, ніж дрібні і середні бренди.

8. Частота пред'явлення призводить до різної ефективності в залежності від того, в яку частину дня проводиться експозиція рекламного повідомлення.

9. Значимість витрат на рекламу бренду як вагомий відсоток від витрат на рекламу всередині даної категорії дає позитивний ефект для купівельного попиту даного бренду потенційними користувачами даного товару.

10. Немає підстав припускати, що принцип дії частоти пред'явлення різний для різних типів медіа.

Викладено основні принципи визначення ефективної частоти пред'явлення. При цьому специфіка унікальних і цікавих для покупця властивостей бренду може мати не менше значення для ефективності реклами та кампанії зі зв'язків з громадськістю. Порівняння медіапланів за критерієм частоти пред'явлення є істотним елементом в процесі розробки медіастратегії..

Бюджет рекламної кампанії

Завдання визначення рекламного бюджету є однією з найбільш складних завдань у процесі розробки медіастратегії.

На практиці використовують кілька підходів до формування бюджету рекламної кампанії в ЗМІ. Суть найбільш поширених в наступному:

- можна виходити з оцінки витрат найближчих конкурентів;

- можна вивести рекламні витрати із запланованого або наявного обсягу продажів;

- можна виходити з того, скільки на рекламу НЕ ШКОДА. Це не найефективніший спосіб визначення бюджету, але він найчастіше зустрічається⁴⁷.

При цьому треба враховувати, що існує різниця в плануванні бюджетів для великих і дрібних фірм. Так, деякими авторами висловлюється думка, про те що маленькі бюджети більше потребують планування. Великий бюджет навіть при помилці доб'ється свого за рахунок масовості, а у маленького бюджету немає права на помилку - він повинен точно потрапити в десятку.

Дійсно, для великих фірм деякі коливання величини рекламного бюджету не можуть істотно вплинути на успіх проведеної рекламної кампанії. Це пов'язано з тим, що при великих рекламних бюджетах мета виявляється досягнутою, незважаючи на прорахунки в окремих рекламних акціях, тобто великі рекламодавці мають можливість мінімізувати ризики, пов'язані з розподілом рекламних засобів, проводячи широкі по спектру залучення ЗМІ і тривалі за часом рекламні кампанії.

Для малого та середнього бізнесу ситуація з розподілом рекламних засобів виявляється більш жорсткою. При малій величині бюджету фірма не має можливості проводити широкі рекламні акції. У такій ситуації зростає ризик, пов'язаний з неоптимальним розподілом рекламних засобів. Дійсно, керівники невеликих фірм при визначенні рекламного бюджету часто керуються принципом «мінімальної достатності», а при

⁴⁷ Тангейт М. Медиагиганти. Крупнейшие медиакампании виживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. – 262 с.

СОЦІОЛОГІЯ

розподілі коштів орієнтуються на «бартерні відносини» і знижки, які залежать від обсягу рекламного часу (місця).

При такому підході часто витрачені на рекламу кошти не принесуть належної віддачі. Оскільки виходи в інших, більш ефективних з точки зору реклами ЗМІ не будуть зроблені (немає грошей, щоб забезпечити другу, «прибуткову» половину), фірма зазнає збитків.

При цьому необхідно зазначити, що існує деякий поріг витрат на рекламу (поріг беззбитковості рекламних витрат), пов'язаний з обмеженістю попиту і з цінами на рекламоносії, нижче яких опускати рекламні витрати неможливо. Чим ближче рекламний бюджет до цього порогу, тим більш ризикованими виявляються інвестиції в рекламу. Найчастіше в такій ситуації опиняються малі фірми. Тому питання рекламного бюджету, оптимізації реклами дуже важливі, тому що від нього залежить успіх діяльності фірми на ринку.

Другий важливий момент роботи з бюджетом пов'язаний з розподілом виділених коштів на рекламну кампанію по різних ЗМІ. Розподіл залежить від конкретних цілей і завдань, які стоять перед рекламною кампанією. Наприклад, ставлять за мету отримати однакові вихідні параметри по всім видам, ЗМІ. Нехай використовуються три види - телебачення, преса, радіо. Завдання формулюється так - отримати по кожному з них однакове число виходів рекламного повідомлення. Оскільки телебачення - найдорожче ЗМІ, в нього слід направити приблизно половину коштів, на пресу, яка займає друге місце за вартістю, направляється близько третини бюджету, решта коштів вкладають в рекламу на радіо. Другий варіант - завдання отримання максимального GRP при фіксованому бюджеті. Третій варіант - визначення необхідного GRP рекламної кампанії при нефіксованому бюджеті.

У цих випадках все ЗМІ ранжуються по GRP CPP (кращі ЗМІ мають найменший CPP). Потім з усього списку ЗМІ вибирають ті, що забезпечують необхідний сумарний обхват. У кожне з них вкладається сума грошей, яка дорівнює ефективній частоті, помноженої на ціну одного виходу ЗМІ. В межах бюджету і вибудовується медіаплан.

Можливі й інші підходи до розподілу бюджету - в залежності від завдання рекламної кампанії, рекламованого товару, послуги, аудиторії, ситуації на рекламному ринку.

Запитання для самоконтролю знань

1. У чому полягає предмет соціології масових комунікацій?
2. Чим характеризується протосоціологічний етап дослідження масової комунікації?
3. Назвіть основні системи комунікації та їх призначення.
4. Яке місце в суспільному житті займають базові комунікації?
5. Розкрийте зміст сучасних концепцій масової комунікації?
6. Якими показниками характеризуються властивості медіа-носія? Перерахуйте та надайте розгорнуту характеристику.
7. Патерни охоплення товарів і послуг, що виводяться на ринок це? Наведіть приклади.
8. Назвіть автора та перерахуйте основні принципи визначення ефективної частоти пред'явлення.
9. Надайте визначення засібу, вартість якого в розрахунку на 1000 осіб цільової аудиторії буде мінімальна при найбільш високому охопленні цільового ринку?

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Архипова А.О., Горпинич О.В. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. - Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. - 260 с.
2. Бузин В. Н., Бузина Т. С. Медиапланирование. Теория и практика. — М.: ЮНИТИ, 2010- 132 с.
3. Зосименко И.А. Социология массовых коммуникаций : учебник / И.А. Зосименко. - Ульяновск : УлГТУ, 2013. - 357 с.
4. Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура : лекції / Н.І. Зражевська. - оЧеркаси : Брама-Україна, 2006. -171 с.
5. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посібник / В.Ф. Іванов. - Черкаси : Вид-во ЧДУ, 2003. - 380 с.
6. Квіт С. Масові комунікації : підручник / С. Квіт. - К. : Видавничий дім «Києво- Могиллянська академія», 2008. - 206 с.

СОЦІОЛОГІЯ

7. Конецкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конецкая. - М.: Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. - С. 230

8. Лукашевич М.П. Соціологія масової комунікації : підручник / М.П. Лукашевич, Ф.Ф. Шандор. - К .: Знання, 2015. - 367 с.

9. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации : учебник / Л.Н. Федотова. - СПб.: Питер, 2003- 400 с.

10. Шарков Ф.И. Коммуникология. Социология массовой коммуникации. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 320 с

11. Щепилов К. Медиаисследования и медиопланирование. – Спб.: РИП Холдинг. – 2005. – 225 с.

Додаткові

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями. – М.:ИД Университетская книга. – 2010. – 580 с.

2. Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина. -2006. -448 с.

3. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - М. : Альфа-М, Инфра-М, 2013. - 368 с.

4. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе // Обществ. науки и современность. - 1996. - № 3.

5. Иванов В. Основы теорії масової комунікації та журналістики : навч. посіб. / В. Иванов ; за наук. ред. В.В. Різуна. - К .: Центр Вільної Преси, 2010. - 258 с.

6. Колодий Н.А. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / Н.А. Колодий, В.С. Иванова. - Томск : Изд-во ТПУ, 2009. - 272 с. 4

7. Костенко Н. Масова комунікація / Н. Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 1998. - № 6. - С. 127 - 151.

8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.

9. Назайкин А. Медиапланирование на все 100%. – М.: Альпина Бизнес Букс. - 2007. - 460 с.

10. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З.В. Партико. - Л., 2008. - 309 с.
11. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов - М. : Рефлер-бук, 2001.-656 с.
12. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник / В.В. Різун. - К. : Просвіта, 2008. - 260 с
13. Сиссорс, Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2004. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.- 369с.

Т Е М А 8. СОЦІОЛОГІЯ МОЛОДІ

- 8.1. Соціологія молоді як галузь соціологічного знання
- 8.2. Ціннісні орієнтації української молоді
- 8.3. Економічна активність молоді
- 8.4. Державна молодіжна політика

8.1. Соціологія молоді як галузь соціологічного знання.

Роль молоді в суспільному житті визначається її впливом на хід суспільного розвитку. Адже молоді люди є тією частиною населення, яка найбільш схильна до навчання, до оволодіння найновішими технологіями, формами виробництва, вони є найбільш мобільними. Саме молодь виступає провідником демографічного, соціально-економічного, політичного та духовного поступу, визначальним чинником перетворень, адекватних наслідкам потребам і викликам часу, найважливішим ресурсом, який здатний забезпечувати процеси стійкого розвитку.

Українська молодь – це та рушійна сила, яка самою логікою історичного процесу повинна відігравати важливу роль у подоланні кризи і формуванні громадянського суспільства, в усіх інноваційних процесах державотворення. Цим зумовлено зростання інтересу до молоді з боку різних наук, що досліджують спонукальні чинники розвитку соціуму, провідне місце серед яких належить соціології, і, в першу чергу, такої важливої її складової як соціологія молоді.

Вивчаючи молодіжні проблеми, неможливо обходитися простим констатуванням позитивних чи негативних фактів життєдіяльності молодих людей. Потрібен глибокий системний аналіз буття молоді, чим і покликана займатися соціологія молоді.

Соціологія молоді – галузь соціології, яка досліджує специфічну соціально-демографічну спільноту, яка перебуває в процесі переходу від дитинства до світу дорослих і переживає важливий етап сімейної і позасімейної соціалізації та адаптації,

інтеріоризації норм і цінностей суспільства, творення своїх соціальних та професійних очікувань, потреб, орієнтацій, ролей і статусу, форм поведінки і свідомості, специфічної молодіжної субкультури.

Об'єктом вивчення цієї галузі соціологічного знання є молодь як специфічна соціально-демографічна спільнота з віковими обмеженнями.

Предмет соціології молоді є специфічні соціальні відносини, в яких молодь бере участь як об'єкт і суб'єкт в процесі переходу від дитинства до світу дорослих, соціалізації та соціальної адаптації.

Серед основних задач соціології молоді варто виокремити наступні:

- вироблення понятійно-категоріального апарату для визначення сутності молоді, специфіки її життєдіяльності в суспільстві;

- аналіз стану та динаміки ціннісних орієнтацій молоді;

- вивчення процесів формування політичних, моральних, професійних та естетичних інтересів і позицій;

- вивчення чинників, які впливають на формування свідомості та реальної поведінки різних груп молоді;

- визначення поняття «молодь» та встановлення її вікових меж;

- вивчення механізму формування свідомості молоді, співвідношення біологічного та соціального, а також чинників, які впливають на свідомість і поведінку людини;

- дослідження взаємодії поколінь і визначення ролі вікових етапів у структурі життєвого циклу особи;

- вивчення механізмів соціалізації та виховання молодого покоління, набуття соціальної зрілості та становлення молоді як суб'єкта історії тощо.

До основних функцій соціології молоді можна віднести такі:

- методологічна – забезпечує розробку наукових засад для сучасної молодіжної концепції та формування на цій основі сильної державної молодіжної політики;

СОЦІОЛОГІЯ

– теоретико-пізнавальна – полягає у виробленні специфічного понятійнокатегоріального апарату, дослідженні сутності характеристики молоді як особливої соціально-демографічної спільноти;

– прогностична – виявляє себе у дослідженні актуальних економічних, правових та соціальних проблем молоді, виробленні коротко- і довгострокових прогнозів їх розвитку;

– практична – пов'язана з виробленням сучасних методик комплексного вивчення молодіжних проблем, встановленням ефективних механізмів, забезпеченням тісного зв'язку дослідницьких інститутів, лабораторій з державними і громадськими структурами, що працюють з молоддю;

– управлінська – реалізується через науково обґрунтовані методи та форми діяльності державних, громадських установ щодо регулювання соціальних процесів у молодіжному середовищі.

Однією з центральних категорій соціології молоді є поняття «молодь». Визначення цього поняття важливе не тільки для вироблення єдиного підходу до встановлення вікових меж молоді, а й для з'ясування сутності молоді, її місця у соціальній структурі суспільства, соціальних показників, які відображають специфіку її соціального статусу.

Одне з перших визначень поняття «молодь» дано в 1968 р. соціологом В. Т. Лісовським: «Молодь – покоління людей, що проходять стадію соціалізації, засвоюють, а в певному віці вже засвоїли, освітні, професійні, культурні і інші соціальні функції. Залежно від конкретних історичних умов вікові критерії молоді можуть коливатися від 16 до 35 років». Лісовський, розглядаючи молодь як покоління, вважає, що ознакою покоління є не лише вік, але й єдність переконань, цілей, спільність переживання і відношення до життя, оскільки з віком покоління не втрачає соціальних рис, вихованих епохою.

Наступне більш повне визначення поняття «молодь» було дано соціологом І. С. Коном: «Молодь – соціально-демографічна група, що виділяється на основі сукупності вікових характеристик, особливостей соціального положення і

обумовлених тим чи іншим складом соціальнопсихологічних властивостей. Молодість як певна фаза, етап життєвого циклу біологічно універсальна, але її конкретні вікові рамки, пов'язаний з нею соціальний статус і соціально-психологічні особливості мають соціальноісторичну природу і залежать від суспільного устрою, культури і властивих даному суспільству закономірностей соціалізації»[4].

В науковій літературі є дуже багато тлумачень цього поняття, безліч підходів. Традиційним є стратифікаційний підхід, при якому молодь визначається як особлива соціально-демографічна група, обмежена віковими рамками, специфічними соціальними ролями, статусом і соціальними позиціями. Наближений до нього психофізіологічний аналіз молоді, заснований на понятті «молодість» як означений період розвитку людини між статевим дозріванням і повною зрілістю. У соціально-психологічному підході, молодь – це група певного віку зі своїми біологічними і психологічними особливостями.

Окремою групою представлені ролевий, конфліктологічний і субкультурний підходи. Перший описує молодість як особливу поведінкову фазу в житті молодих людей, коли вони більше не грають дитячих ролей і в той же час не є повноправними носіями ролей дорослого. Конфліктологічний підхід також спирається на поняття «молодь» – як період в житті людини, повний стресів, проблем, конфліктів з самим собою і суспільством. На цьому фоні молоді люди утворюють особливу соціальну групу зі своїм специфічним способом життя, стилем поведінки, культурними нормами і цінностями (субкультурний підхід). У соціалізаційному підході, молодь – це період соціального зростання, первинної соціалізації, головна мета молоді – самовизначення, персоналізація. В межах процесуального підходу, молодь – це ті, хто не досконалий, не інтегрований, знаходяться в стані становлення, формування [5].

Молодь – соціально-демографічна група, зі специфічними соціальними і психологічними ознаками. Наявність цих ознак визначається як віковими особливостями молодих людей, так і тим, що їх соціально-економічне, суспільно-політичне

СОЦІОЛОГІЯ

становище, духовний світ перебувають у процесі становлення, формування.

Дискусійним і дотепер є питання вікової періодизації молоді. Існує дуже багато підходів щодо визначень вікових меж: 11-25, 15-28, 16-24, 16-30 роки тощо. Останнім часом нижньою межею молодіжного віку вважається 14, а верхньою – 35 років. В основі цього лежить висловлене науковцями міркування про продовження молодості, збільшення віку вступу в трудове життя, підготовки молоді до праці, досягнення економічної незалежності від батьків і держави. Отже, розширення вікових меж молоді відображають об'єктивні процеси в житті й розвитку людства. Саме такі межі зафіксовані в новій редакції Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» [3].

Учені дискутують щодо понять, які розкривають сутність спеціальної соціологічної теорії молоді. Йдеться насамперед про такі поняття, як «становлення молоді» (І. Кон, Є. Головаха), «вибір професії», «професійне самовизначення», «професійна мобільність» (В. Осовський, Л. Аза, О. Вишняк, В. Шубкін), «становлення молодого спеціаліста» (О. Якуба) тощо.

Сучасні суспільні процеси різко змінили соціальне, матеріальне і політичне становище молоді, тому поняття, що характеризували молодь колишнього суспільства («соціальний портрет молоді», категорії «потреби», «поведінка», «діяльність») потребують сучасного аналізу, переосмислення та уточнення.

У західній соціології також немає єдності щодо тлумачення поняття «молодь» та встановлення її вікових меж. В англійській, філософській та психологічній літературі найпоширенішим є термін «юність» як фаза між дитинством і дорослістю особи. Багато дослідників вважає, що юність – це статус з невизначеною провідною лінією, яка відповідно зумовляє й невизначену, безладну поведінку. Період юності охоплює вікові межі від 11-12 до 18 років. У західних джерелах використовують й інші дефініції щодо визначення молодіжного віку. Найбільш уживаний термін «тинейджер» – юнаки і дівчата віком від 13 до 19 років. Ці вікові межі дещо не збігаються з межами юнацького віку, який виражає незрілість, колективний стиль (групова

поведінка, належність до певного напрямку моди, музики, літератури тощо).

У працях західних авторів також простежується тенденція до розширення вікових меж юності. Зазначається, що нині час між становленням особи дитини і особи дорослого є значно тривалішим, внаслідок чого досягненням статусу дорослості, яке раніше відбувалось у 18 років або раніше, можна вважати 25–30 років, особливо для вихідців з так званих «середнього» і «вищого» класів [6].

Молодь сьогодні є самою досліджуваною віковою категорією населення. Більше третини всіх соціологічних досліджень, що проводяться в нашій країні, так або інакше пов'язані з проблемами молоді.

Серед методів дослідження молодіжних проблем найуживанішими є систематичні спостереження, інтерв'ювання та анкетування. Не менш вживаними є тестування, аналіз особистих щоденників, біографічних описів, творів, у яких відображається процес формування і розвитку молодої людини. Безперечно цінність мають тривалі лонгітюдні дослідження одних і тих же категорій і груп молоді. Вказані дослідження дають можливість простежити еволюцію життєвого шляху молодої людини, його зльоти і падіння, успіхи і невдачі, подолання перешкод і труднощів.

Слід також відмітити важливість порівняльних досліджень тих або інших проблем в різних регіонах або серед людей різних поколінь. Вони дають можливість встановити реальні зрушення в ціннісних орієнтаціях, віддалені наслідки змін.

Отже, серед дослідницьких методів молодіжних проблем широко використовуються як кількісні та і якісні методи. Зокрема, вони можуть використовуватися як окремо один від одного, так і спільно в різних комбінаціях або паралельно.

Останнім часом загострилося чимало молодіжних проблем, які потребують вивчення за допомогою соціологічних досліджень. Проблеми молоді досліджуються як у контексті всього суспільства, його основних характеристик, структурних зрушень і змін, так і диференційовано – як особливої соціальної групи, з властивими їй ознаками і властивостями. Слід

СОЦІОЛОГІЯ

помітити, що проблеми молоді багато в чому пов'язані з тими процесами які протікають у сучасному світі: урбанізацією, підвищенням питомої ваги в суспільстві пенсіонерів, осіб похилого віку, скороченням народжуваності і так далі.

Класифікацію соціальних проблем молоді можна проводити за різними ознаками: за територіальною ознакою можна виокремити молодіжні проблеми, властиві індустріальним країнам; проблеми, властиві окремим регіонам; проблеми, характерні для однієї окремо взятої країни; за ознакою часу можна розглядати так звані вічні проблеми: наприклад, взаємини поколінь, і проблеми породжені конкретною епохою; за системною ознакою можуть бути досліджені загальні проблеми молоді, властиві цьому суспільству, рівню його розвитку, вони торкаються різних груп населення, у тому числі і молоді, та чисто молодіжні проблеми, властиві саме цій соціальній групі, обумовлені її становищем і роллю в суспільстві.

8.2. Ціннісні орієнтації української молоді

Соціальне самопочуття молоді є одним із головних показників розвитку суспільства. Для того, щоб формування молоді відбувалося адекватно до суспільних процесів, необхідно визначити її роль і місце в суспільстві, з'ясувати проблеми та життєві пріоритети, серед яких є традиційні – кохання, дружба, пошуки сенсу життя, створення сім'ї тощо. Не менш актуальними є здоров'я, освіта, спілкування молоді з дорослими й однолітками. Вивчаючи молодіжні проблеми, неможливо обійтися простим констатуванням позитивних чи тривожних фактів життєдіяльності молодих людей, потрібен глибокий системний аналіз молодіжного буття.

Молодь є енергійною, рушійною силою, що займає важливе місце у розвитку суспільства. Вивчення її світогляду, з огляду на визначальну роль для майбутнього розвитку суспільства, є нагальною проблемою. Поведінка молодого покоління детермінується, передовсім, ціннісною ієрархією: усвідомлені дії людини й сприйняття оточуючого обумовлені суб'єктивними цінностями.

Оскільки цінності відбивають сутність соціального життя певного суспільства, його конкретний спосіб життя, вони є відносними, а не абсолютними. Зі зміною суспільних відносин відбувається переоцінка цінностей: багато з того що вважалося абсолютними беззаперечним, знецінюється і, навпаки, зміни в суспільстві породжують нові цінності.

Система цінностей в суспільстві, їх характер і особливості є своєрідним орієнтиром в формуванні світогляду, духовності молоді людини, а бажання оволодіти ними – найважливіша умова отримання молоді людиною життєвого досвіду і його соціалізації. Цінності завжди існують і видозмінюються, так як змінюються цілі покоління людей, наслідуючи і позитивний і негативний досвід своїх попередників.

З точки зору пріоритетності індивідуальні цінності людини завжди превалюють над громадянськими. Країни, які знаходяться на етапі трансформації, можуть сформуватися як дійсно демократичні, гуманістичні на системі нових цінностей, які відповідають потребам громадян. Кожен народ, нація мають свою систему цінностей, яка повинна логічно вписуватися і проявлятися в системі об'єктивних загальнолюдських цінностей (свобода, гуманізм, справедливість, добро, щастя, сім'я, здоров'я, культура, нація та ін.). Важливо відмітити те, що для формування особистості як громадянина однаково важливі як національні цінності, так і загальнолюдські, які інтегрують особистість не тільки у власну державу, а й у всі світові співтовариства [2].

Якщо згрупувати усі молодіжні пріоритети відповідно до їхньої функціональної однорідності, то серед них можна виокремити чотири групи цінностей відповідно до їх функціонального призначення.

Перша група – «Безпека» – охоплює вітальні цінності (або цінності життя): здоров'я, сім'я, діти, добробут. Функціональне призначення цієї ціннісної сукупності – гарантування безпеки людини, людського життя, його відтворення.

Друга група цінностей – «Самореалізація» – охоплює самореалізаційні цінності, які передовсім забезпечують людський розвиток: цікава робота, суспільне визнання,

СОЦІОЛОГІЯ

індивідуальна самостійність, інтелектуальний розвиток, культурна компетентність. Функціональне призначення цих цінностей полягає у забезпеченні саморозвитку людини, саморегуляції її здібностей і талантів у різноманітних сферах людського життя.

Третя група – «Соціальний комфорт» – охоплює різноманітні просоціальні цінності (егалітарні, комунікаційні, традиційні, релігійні). Вони покликані забезпечувати комфорт (в широкому розумінні) у взаємовідносинах між людьми з приводу набуття можливостей для реалізації їхніх інтересів, прагнень, дотримання традицій, уникнення конфліктів, пошуку життєвих смислів тощо. Йдеться про такі цінності, як: сприятливий морально-психологічний стан у суспільстві, створення рівних можливостей для всіх, соціальна рівність, національно-культурне відродження, участь у релігійному житті.

Четверта група під назвою «Демократія» охоплює демократичні політико-громадянські цінності: державна незалежність України, демократичний розвиток країни, свобода слова, демократичний контроль рішень влади, підприємницька ініціатива, участь у політичному житті. Їхнє функціональне призначення полягає у забезпеченні повноцінної участі громадян у політико-громадському житті країни [11].

Життєві пріоритети української молоді можна оцінити за результатами соціологічного дослідження «Молодь України-2018», проведеного на замовлення Міністерства молоді та спорту. Так, молоді українці визначали першочергові цілі та пріоритети у своєму житті. Основним пріоритетом в житті більшості молоді у 2018 році є сімейне щастя – 59,6% , а також важливим залишається для молоді їх здоров'я – 53,0%. Порівняно з минулим роком «багатство» стало менш важливим для української молоді 23,5% у 2018 році проти 28,1% у 2017 році. Натомість, у 2018 році молодь приділила увагу інструменту досягнення багатства – професіоналізму: стати кваліфікованим працівником (19,4%) проти 14,2% у 2017 році. Потреба бути вільним і незалежним у своїх рішеннях та вчинках (28,2%) та потреба у багатстві (23,5%) завершують ТОП-5 життєвих пріоритетів молоді [7].

Закономірно, що життєві цілі і пріоритети молоді змінюються з віком: для молодих людей у віці 14–19 років основними життєвими пріоритетами є освіта і робота, для людей у віці 20–24 років – робота, для молоді 24–34 років життєві пріоритети, у першу чергу, пов'язані з народженням та вихованням дітей. З віком знижується пріоритетність пошуку коханої людини або одруження (найчастіше тому, що молоді люди досягають цієї цілі) і підвищується значимість цілей, пов'язаних з дітьми, зароблянням грошей та здоров'ям.

За останні два роки суттєво підвищилися показники таких ціннісних пріоритетів української молоді, як державна незалежність України, демократичний розвиток країни, свобода слова, демократичний контроль рішень влади, національно-культурне відродження, соціальна рівність, участь у релігійному житті, участь у політичному житті [7].

Ціннісна складова є системоутворюючим чинником формування та реалізації державної молодіжної політики. Визначення базису суспільних цінностей передбачає наявність чіткого розуміння результату, який маємо отримати, тобто риси якого громадянина маємо виховувати, для якої держави, та які очікування молоді щодо цього. Важливим завданням є поглиблення інтеграції сучасної концепції виховання молоді в державну економічну, екологічну політику, політику зайнятості, культурну політику.

8.3. Економічна активність молоді

Молодь є головним ресурсом, потенціалом економічного та інноваційного розвитку будь-якої держави. Будучи значною і перспективною частиною економічно активного населення й виконуючи притаманні їй важливі соціально-економічні функції, молодь виступає специфічним суб'єктом ринку праці, на шляху якого виникають значні перепони до продуктивної зайнятості. Це породжує цілу низку соціально-економічних проблем, насамперед, непропорційно високий рівень безробіття серед молоді порівняно з аналогічним показником серед дорослого населення.

СОЦІОЛОГІЯ

Безробіття серед молодого населення має цілий ряд негативних наслідків, серед яких:

- погіршення демографічної ситуації через фінансову неспроможність осіб репродуктивного віку народжувати та виховувати дітей;

- скорочення тривалості життя, зростання смертності через фінансову неспроможність молодих осіб користуватися послугами медичних та спортивно-оздоровчих закладів;

- зниження якісних характеристик трудового потенціалу, рівня набутих знань та їх старіння внаслідок тривалого періоду пошуку роботи;

- погіршення криміногенної ситуації, зростання кількості злочинів та правопорушень;

- зростання рівня трудової еміграції, що спричинене пошуком гідної роботи та оплати праці у інших країнах;

- втрата мотивації до праці та віри в свої сили, зростання соціальної напруженості [1].

Вагомою проблемою на ринку праці є наявність бар'єрів щодо входження на ринок. Останнім часом приділяється значна увага тим молодим особам, які ніде не працюють і не навчаються – так зване покоління «NEET» (Not in Education, Employment or Training), – і які мають високий рівень маргіналізації та виключення з ринку праці, особливо якщо вони довгий час залишалися поза межами сфери праці [9].

Неактивність багатьох молодих осіб на ринку праці є наслідком їх розчарування та маргіналізації внаслідок низького рівня кваліфікації, стану здоров'я, бідності та інших форм соціальної ізоляції.

Тривале безробіття чи відсутність зайнятості за причинами, не пов'язаними з отриманням освіти або професійним навчанням, представляють серйозну загрозу для молодих людей, оскільки виникає висока ймовірність того, що це негативно позначиться на їхній інтеграції у ринок праці, якості їх працевлаштування та перспективи щодо доходів протягом всієї кар'єри.

Молодь на шляху до працевлаштування змушена долати серйозні перешкоди, враховуючи також і проблеми в освітній сфері. Глобальною проблемою сьогодення стала подвійна криза переходу від навчання до роботи: існує проблема безробіття серед молодих людей, водночас існує проблема пошуку роботодавцями фахівців з необхідними знаннями і кваліфікаціями. За оцінками аналітиків McKinsey & Company, до 2020 року в світі буде серйозний недолік висококваліфікованої сили у кількості 85 мільйонів осіб [9].

Особливою проблемою для молоді є отримання першого робочого місця та практичного професійного досвіду. Перевагу на ринку мають ті випускники закладів освіти, які впродовж навчання отримали професійний досвід. За результатами соціологічного дослідження 28,4% респонденті працювали впродовж свого навчання, віковий розподіл показує, що поєднання професійної та освітньої діяльності більш притаманно молодим особам у віці 20-24 роки.

Сьогодні на ринку праці молодь наражається на ризик не лише втрати робочого місця або ускладнень щодо його пошуку, а й отримання заробітку у розмірі меншому, ніж старші працівники. У більшості країн використовуються два показники мінімальної заробітної плати, що посилює ризик потрапляння молоді до лав працюючих бідних.

Молодь по-різному оцінює «престижність» тих чи інших професій в залежності від місця проживання: мегаполісах, обласних центрах і сільській місцевості. Для мегаполісів – це мистецтво, культура, бізнес; для обласних центрів – це сфера бізнесу, кар'єра керівника або держслужбовця; у сільській місцевості – професія дизайнера, архітектора, програміста, журналіста, перекладача, адвоката, юриста. Так, за результатами опитування та досліджень Київського молодіжного центру праці, професії, яким надає перевагу столична молодь, є юрист, економіст, програміст, спеціаліст у сфері маркетингу.

Підкреслимо, що молодіжний сегмент є найбільш проблемною складовою загальнонаціонального ринку праці. Пошуки першого робочого місця, відсутність досвіду роботи, перенасиченість ринку праці фахівцями одних спеціальностей

СОЦІОЛОГІЯ

та недостатність інших – усі ці фактори підвищують напруженість на молодіжному ринку праці.

Виникає потреба у розробці та реалізації цільових комплексних програм, спрямованих на профорієнтацію молоді в залежності від потреб ринку праці, а також посилення координації діяльності служби зайнятості із закладами освіти щодо перепідготовки незайнятої молоді.

З метою сприяння працевлаштування молоді потрібно:

- забезпечення сприятливих правових та адміністративних умов для діяльності як державних, так і недержавних агентств з працевлаштування;

- підвищення ефективності профорієнтаційних послуг із урахуванням професійних потреб сучасного ринку праці та підвищення рівня довіри молоді до профорієнтаційних послуг;

- змістовне доповнення та доопрацювання інформаційної програми з надання допомоги молоді, яка шукає роботу, щодо умов та можливостей працевлаштування, розвитку власної кар'єри (сайт «Моя кар'єра»);

- розробка системи заходів, спрямованих на стимулювання молоді до роботи в Україні, у тому числі через розвиток молодіжного підприємництва (зокрема шляхом інвестування діяльності малих та середніх підприємств, заснованих молодими підприємцями) та участі в громадських роботах;

- забезпечення молоді можливостей для поєднання навчання та роботи;

- через використання механізмів гнучкої зайнятості, а також розвиток дистанційної форми зайнятості [11].

8.4. Державна молодіжна політика

Державна молодіжна політика є одним з найважливіших, пріоритетних і специфічних напрямів діяльності держави і здійснюється в інтересах молодої людини, суспільства, держави з урахуванням можливостей країни, її економічного, соціального, історичного, культурного розвитку і світового досвіду державної підтримки молоді.

Періодом виділення молодіжної політики у самостійний напрям діяльності держави у більшості країн Заходу прийнято вважати 60-70 рр. ХХ ст. Саме в ті часи особливо гостро проявилась криза традиційних інститутів соціалізації молодого покоління (насамперед сім'ї та школи). Соціальне становище молоді погіршила технологічна та структурна перебудова в суспільстві, що розпочалася в умовах економічної кризи середини 70-х років і позначилася, перш за все, значним зростанням молодіжного безробіття. В той же час активізується суб'єктивна роль самої молоді в сучасному суспільстві, стають вищими критерії соціальної зрілості.

Тобто суспільство у другій половині ХХ ст. зіткнулося з молодіжною проблемою, якої людство в таких масштабах не знало раніше. У всіх без винятку індустріально розвинутих країнах її виникнення висунуло на порядок денний вимогу комплексного державного втручання для свого вирішення.

В результаті, вже в другій половині 80-х – на початку 90-х рр. у багатьох країнах Заходу сформувалась комплексна державна молодіжна політика, що мала своїм підґрунтям розвинуту законодавчу базу і відповідну систему державних та громадсько-державних органів для її реалізації. Законодавче закріплення окремих прав молоді, в тому числі і право на творення своїх громадських організацій, до 90-х років стало загальним явищем: закони про соціальний захист молоді діяли в цей час в Австрії, Афганістані, Греції, Індії, Іспанії, Італії, Китаї, Нідерландах, Терції, Фінляндії, Швеції та інших країнах.

Дослідники молодіжних проблем з метою вивчення, виявлення закономірностей функціонування та перспектив розвитку намагаються класифікувати державну молодіжну політику за певними ознаками, створюють для цього її моделі, традиційно іменовані по державах: шведська, американська і німецька.

Шведська модель державної молодіжної політики передбачає державний контроль щодо відносин суспільства та молоді. Ґрунтуючись на філософсько-соціологічній і політико-правовій концепції, в основі якої лежить соціал-демократична ідея. Ця політика містить детальну правову регламентацію в цій

СОЦІОЛОГІЯ

сфері державної діяльності, причому основні аспекти закріплені не відомчою нормотворчістю, а законами. Державний контроль за цією діяльністю базується на соціальній роботі у так званих комунах та у спеціальних органах, що мають координаційні повноваження і специфічні сфери прямого управління, перш за все в організації культурного розвитку молоді, створення умов для професійного зростання ті подальшого працевлаштування. Одна з форм цього механізму полягає у створення мережі державних спеціалізованих закладів, а також через фінансову підтримку відповідних молодіжних організацій.

Між зазначеною шведською моделлю державної молодіжної політики та тією, що реалізується в США, існує деяка відмінність. Різниця полягає в тій ролі, яку відіграє держава в управлінні й організації соціальної роботи, а також у правовій відповідальності державних органів щодо вирішення молодіжних проблем. Фактично держава бере на себе обов'язки, причому обмежені, вживати заходи щодо підтримки соціально незахищених і "неблагополучних" категорій молоді, але й у цьому випадку державою регулюються лише окремі аспекти соціального становища цього соціального прошарку. Тобто модель державної молодіжної політики США передбачає державне регулювання процесу вирішення молодіжних проблем на досить обмеженому рівні.

Аналіз досвіду формування і здійснення молодіжної політики в розвинених країнах свідчить, що державне регулювання в цій сфері є найбільш складним і важливим питанням, і ефективність такої політики має тенденцію до зниження як у випадку перевищення повноважень держави та її надмірного втручання, так і під час мінімізації використання державних механізмів. Головним аспектом успішності державної молодіжної політики є здатність суспільства забезпечити необхідний баланс державних і громадських засад у зазначеній сфері. Існує думка, що у цьому плані показовою є модель державної молодіжної політики Німеччини.

Проведення державної молодіжної політики за моделлю Німеччини передбачає при наявності потужної законодавчої бази помірне втручання держави в життя і справи молоді та

надання державної допомоги саме тій категорії молоді, яка відчуває в ній крайню потребу, а також залучення широкого загалу молоді до самостійного вирішення власних проблем [12].

Таким чином, можна констатувати, що в більшості європейських країн молодіжна політика покликана сприяти молодим людям у становленні їх життєвого шляху, зокрема, в забезпеченні зайнятості і активної участі молоді в суспільних процесах.

Реалізація молодіжної політики в Україні базується на певних принципах. Принцип участі. Тобто суб'єктом розробки і реалізації молодіжної політики є, перш за все, самі молоді громадяни, їх об'єднання, організації.

Принцип рівності та доступності. Цей принцип визнає права та обов'язки всіх молодих людей щодо рівних можливостей та рівного розподілу послуг та ресурсів.

Принцип гарантій. Відповідно до нього держава надає всім молодим громадянам мінімум державних соціальних послуг, які стосуються освіти, виховання, духовного і фізичного розвитку, професійної підготовки і працевлаштування.

Принцип соціальної компенсації. У даному випадку йдеться про правовий та соціальний захист саме тих молодих людей, які за власним соціальним статусом та станом здоров'я самі не спроможні про себе подбати (діти з неповних чи багатодітних сімей, сироти, молоді інваліди тощо).

Принцип пріоритету. В ході здійснення молодіжної політики стимулюються і підтримуються, насамперед, ті проекти, програми, ініціативи, що сприяють розв'язанню найболючіших проблем молоді.

Принцип спадкоємності. Державна молодіжна політика не може залежати від організаційних перемін у системі управління державою, приходу чи відходу тих чи інших політичних діячів, посадових осіб органів державної влади. Прийняті стратегічні напрями державної молодіжної політики не повинні переглядатися частіше ніж раз у 10-15 років. Доля нації, країни не може бути предметом кон'юнктурних інтересів і дій.

Важливим змістовним орієнтиром впровадження державної молодіжної політики України є законодавче

СОЦІОЛОГІЯ

забезпечення участі молоді в розвитку держави на національному, регіональному та місцевому рівнях із урахуванням власного та міжнародного, зокрема європейського досвіду. Приведення національного законодавства у відповідність до європейських стандартів є одним із завдань реалізації державної молодіжної політики.

Початковою основою національного законодавчого забезпечення участі молоді в розвитку Української держави є Декларація «Про загальні засади державної молодіжної політики в Україні» (від 15.12.1992 №2859–XII), яка визначає серед пріоритетних завдань державної молодіжної політики допомогу молодим людям у реалізації й самореалізації їхніх творчих можливостей та ініціатив, широке залучення юнаків і дівчат до активної участі у національно-культурному відродженні українського народу, формуванні його свідомості, розвитку традицій та національно-етнічних особливостей, а також залучення молоді до активної участі в економічному розвитку України.

Втілення завдань, принципів і напрямів державної молодіжної політики, визначених Декларацією, передбачено Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (від 05.02.1993 №2998–XII). У цьому Законі визначено питання працевлаштування молоді, підтримки її підприємницької ініціативи та діяльності, сприяння підвищенню рівня життя, покращенню житлових умов молоді, освіти, культурного та фізичного розвитку, охорони здоров'я, гарантій правового захисту молоді, правового статусу та гарантій діяльності молодіжних громадських організацій [3].

На залучення молоді до діяльності інститутів громадянського суспільства спрямований Закон України «Про молодіжні та дитячі громадські організації» (від 01.12.1998 №281–XIV). Зазначений законодавчий акт визначає основні принципи діяльності молодіжних громадських організацій, форми їх підтримки, а також статус молодіжних та дитячих громадських організацій, їх права, зокрема, на участь у підготовці та ухваленні рішень з питань державної політики щодо дітей та молоді тощо.

Окрім молодіжного законодавства питання, пов'язані з розвитком участі молоді, відображено в низці інших нормативно-правових актів, що стосуються освіти, державної служби, служби в органах місцевого самоврядування, діяльності громадських організацій та політичних партій, розвитку інститутів громадянського суспільства тощо.

З метою створення сприятливих умов для розвитку і самореалізації української молоді у 2016 році затверджено Державну цільову соціальну програму «Молодь України» на 2016-2020 роки. Одна з основних проблем, на вирішення якої спрямована програма, є низька участь молоді у суспільно-політичному житті держави і формування політики з питань, що впливають на її життя, розвиток та вирішення нагальних проблем.

Для забезпечення підготовки працівників, які працюють з молоддю, із залученням державних службовців молодіжної сфери та представників громадських організацій існує програма «Молодіжний працівник», реалізація якої визначена одним із пріоритетних завдань Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2016-2020 рр.

Державна молодіжна політика повинна будуватися з урахуванням реальних інтересів, потреб різних категорій молоді та враховувати регіональні умови, особливості інших вікових груп.

Серед основних функцій державної молодіжної політики можна виокремити:

- створення гарантованих соціально-економічних, політичних та інших необхідних стартових умов для соціалізації молоді;
- реалізація проблем, запитів, інтересів молоді не за рахунок інших соціальних груп суспільства;
- координація зусиль усіх державних органів, партій, організацій, об'єднань, рухів, різноманітних соціальних інститутів суспільства щодо забезпечення умов для розвитку і самореалізації молоді;

СОЦІОЛОГІЯ

– соціальний захист тих груп молоді, котрі неспроможні самотійно вирішувати власні проблеми чи, бодай, полегшити власне життя [10].

Важлива роль в розробці та реалізації молодіжної політики має безпосередня участь молодих людей. Це допомагає здобути об'єктивну інформацію та запроваджувати молодіжну політику, яка дійсно відповідає сучасним потребам молодого покоління.

Коли ми говоримо про поняття участі молоді, то спостерігаємо різноманітність методів, підходів і теорій, де кожен із зацікавлених суб'єктів розглядає його по-різному, залежно від цілей та досвіду. Останніми десятиліттями участь молоді розглядається як право (так званий правовий підхід до участі молоді).

До прикладу, Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ) розглядає участь як право людини, саме тому Конвенція ООН про права дитини особливо виділяє право дітей. Роджер Харт (автор концепції «Сходінки участі») вважає, що участь – це фундаментальне право громадянина, оскільки воно дає можливість дізнатися, що означає бути громадянином і як ним бути. У Раді Європи під участю молоді розуміють «право молодих людей бути включеними у громадське життя та право брати на себе відповідальність і обов'язки в повсякденному житті на місцевому рівні, а також право демократичними методами впливати на своє життя»[8].

Прийнято також розрізняти поняття участі молоді (Participation) та залучення (Engagement). Участь молоді означає мати право, засоби, простір, можливості і, якщо необхідно, підтримку в участі та впливі на ухвалення рішень, а також участь у різних заходах та процесах з метою побудови кращого суспільства.

Тобто участь означає мати вплив та відповідальність за рішення і дії, що впливають на життя молодих людей. На відміну від участі, залучення молоді – це включення молоді до життя громади, регіону, країни та міжнародної спільноти у сферах, які впливають на її життя, на основі принципів розвитку демократичного суспільства та прав людини, у тому числі через діалог, ухвалення рішень, механізми взаємодії,

процеси, заходи, проекти, кампанії та програми на усіх стадіях, починаючи з аналізу та розробки, до впровадження, моніторингу та оцінки. Залучення не є участю, адже воно не обов'язково дає можливість впливати на рішення щодо розподілу ресурсів та вибору пріоритетів.

Узагальнюючи, можна отримати наступне визначення: участь молоді в процесах ухвалення рішень – це участь молоді в розробці, обговоренні та управлінні політичними, соціально-економічними, культурними програмами і проектами, вплив на ухвалення рішень та контроль за їх виконанням.

Запитання для самоконтролю знань

1. Коли сформувалась соціологія молоді і в чому полягає необхідність такої галузі знань?

2. Назвіть найактуальніші молодіжні проблеми в сучасному українському суспільстві.

3. Поміркуйте над особливостями культури, цінностей свого покоління, покоління бабусь/дідусь та батьків.

4. В чому сутність трансформації ціннісних орієнтацій молоді? Як цінності впливають на визначення стратегії життя особистості?

5. Визначте роль престижності у виборі майбутньої професії молоді.

6. Охарактеризуйте становище молоді на сучасному ринку праці України.

7. Визначте фактори, які ускладнюють працевлаштування молоді на ринку праці.

8. Розкрийте сутність понять «молодіжна політика» та «державна молодіжна політика».

9. Назвіть основні напрями державної молодіжної політики.

10. Проаналізуйте основні моделі державної молодіжної політики?

11. Які закони, регулюють функціонування молодіжної політики в Україні.

12. Назвіть пріоритетні сфери державної молодіжної політики в сучасному українському суспільстві.

СОЦІОЛОГІЯ

13. Проаналізуйте роль та значення соціологічних досліджень молоді для визначення перспектив розвитку молодіжної політики.

Список використаних та рекомендованих джерел

Основні

1. Бондаревська К.В. Молодіжна зайнятість: сучасні тенденції та перспективи розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <file:///C:/Users/User/Downloads/4792-9622-1-SM.pdf>

2. Єфтені Н. М. Ціннісні орієнтації сучасної української молоді [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/296/app-37_Efteni_N_M_%28292-296%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2998-12>

4. Лисовский В. Т. Социология молодёжи. — СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1996. — 361 с.

5. Каретна О. О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь» /О. О. Каретна // Актуальні проблеми політики: Збірник наукових праць. – Одеса : «Фенікс», 2009. – Вип. 37. – С. 287 – 292.

Додаткові

1. Мачуліна І. І. Конспект лекцій з соціології молоді – Дніпродзержинськ, 2013. – 93 с.

2. Молодь України – 2018 / Результати репрезентативного соціологічного дослідження. – Київ : ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2018. – 72 с.

3. Посібник з Переглянутої Європейської хартії про участь молодих людей у місцевому та регіональному житті [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/332/UEY.pdf>

4. Участь молоді в суспільному житті: економічна активність. Щорічна доповідь Президенту України, Верховній Раді України про становище молоді в Україні (за підсумками 2013 року) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dsmsu.gov.ua/media/2014/01/10/5/dopovid_2013_na_sait_new.pdf

5. Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації – Тернопіль: ТОВ «Тернограф», 2017. – 100 с.

6. Ціннісні орієнтації сучасної української молоді. Щорічна доповідь Президенту України, Верховній Раді України про становище молоді в Україні (за підсумками 2015 року) / Держ. ін-т сімейної та молодіжної політики; [редкол.: Жданов І. О., гол. ред. колег., Ярема О. Й., Беляєва І. І. та ін.]. – К., 2016. – 200 с.

7. Штанська О.В. Зарубіжний досвід взаємодії державної молодіжної політики та політики зайнятості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf>

СОЦІОЛОГІЯ

Список використаних та рекомендованих джерел

1. Аверс та реверс Донбасу: реалії сьогодення : монографія / І. М. Доля., О. Ю. Клименко : монографія. – Харків :НТУ«ХПІ», 2017. – 292 с.
2. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями. – М.:ИД Университетская книга. – 2010. – 580 с.
3. Андреев Ю.П., Коржевская Н.М., Костина Н.Б. Социальные институты: содержание, функции, структура. - Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. - С. 38-39.
4. Архипова А.О., Горпинич О.В. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. - Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. - 260 с.
5. Бондаревська К.В. Молодіжна зайнятість: сучасні тенденції та перспективи розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <file:///C:/Users/User/Downloads/4792-9622-1-SM.pdf>
6. Буравой М. Что делать? Тезисы о деградации социального бытия в глобализующемся мире //Социс. – 2009. – № 4.
7. Бурлачук В. Ще раз стосовно питання: „Що таке суспільство” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2006. – № 1. – С. 5-19.
8. Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии / Макс Вебер Избранные произведения: [пер. с немецкого. сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова] . — М. : Книга, 1990. — 808 с.
9. Генов Н. Східна Європа як лабораторія соціальних наук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. –2011. – № 2. – С. 12-36.
10. Гидденс Е. Стратификация и классовая структура / Энтони Гидденс // Социологические исследования — 1992. — № 11. — С. 23-26.
11. Гіденс Е. Соціологія. – К.: Основи, 1999. – 726 с.
12. Глотов М.Б. Социальный институт: определение, структура, классификация // Социологические исследования. 2013.- № 10. – С. 132-148.
13. Головаха Е.И., Бекешкина И.З., Небоженко В.С. Демократизация общества и развитие личности. От тоталитаризма к демократии. - К.: Наукова думка, 1992. - 126 с.
14. Горлач Н., Кремень В., Волович В., Жиленкова І., Романенко М., Сюй Цюань Яо. Соціологія: Підручник. – К.: ЦНА, 2019. – 808 с.
15. Горлач Н., Кремень В., Волович В., Жиленкова І., Романенко М., Сюй Цюань Яо. Соціологія: Підручник. – К.: ЦНА, 2019. – 808 с.
16. Городяненко В.Г. Соціологія: навч. посіб. для ВНЗ / В.Г. Городяненко – К.: Академія, 2002. – 560 с.
17. Горпинич О. В., Ібрагімова З.І. Дослідження соціально-культурного розвитку міського простору в соціологічних вимірах

сьогодення / О. В. Горпинич, З. І. Ібрагімова // Грані. – 2019. – Т. 22. – № 1. – С. 34-41.

18. Горпинич О.В. Теоретичні засади дослідження процесу впливу ЗМІ на формування толерантності у суспільств. Габітус. Одеса, 2018. № 5. С. 42-49. Режим доступу: www.habitus.od.ua (фахове видання, журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International Республіка Польща).

19. Горпинич О.В., Архипова А.О. Соціологія масових комунікацій та медіапланування: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2018. - 255 с.

20. Горпинич О.В., Москаленко Л.М. Соціологія Інтернету: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019, – 240 с.

21. Горпинич О.В., Архипова А.О. Гра як соціальна технологія управління персоналом. Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2018. – № 1(23). – С. 66-74.

22. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - М. : Альфа-М, Инфра-М, 2013. - 368 с.

23. Гофман И. Формула внешнего выражения роли. // Социологический журнал. – 2003. – № 3. – С. 142-158.

24. Гіденс Е. Соціологія / Е. Гіденс / пер. з англ. В. Шовкун, А. Олійник; наук. ред. О. Іващенко. – К. : Основи, 1999. – 726 с.

25. Дерлуг'ян Г. Соціальна еволюція людства: західний і радянський модернізаційні досвіди // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2018. - № 2. - С. 165-184.

26. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе // Обществ. науки и современность. - 1996. - № 3.

27. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / Эмиль Дюркгейм // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. — М. : АспектПресс, 1996. — С. 256-309.

28. Єфтені Н. М. Ціннісні орієнтації сучасної української молоді [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/296/app-37_Efteni_N_M_%28292-296%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

29. Жоль К. К. Соціологія : навч. посіб. / К. К. Жоль. – К. : Либідь, 2005. – 440 с.

30. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2998-12>

31. Зборовский Г. Теоретическая социология: quo vadis? // Социс. – 2013. – № 9.

СОЦІОЛОГІЯ

32. Зиммель Г. Общение. Пример чистой или формальной социологии. Созерцание жизни / Георг Зиммель : Избранное; [пер. с немецкого М. И. Левина, Л. Г. Ионин, А. М. Руткевич, Э. М. Телятников] отв. ред. Л. В. Скворцов. — М. : Юрист, 1992. — Т. 2. — 397 с.

33. Злобина Е. Особенности нормативной регуляции украинского социума // Украинское общество в европейском пространстве / Под ред. Е. Головахи, С. Макеева. — Киев–Харьков, 2007. — С. 205-225.

34. Злобина О.Г. Категорія „особистість” у системі понять соціологічної теорії // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2002. — № 2. — С. 121-134.

35. Злобина О.Г. Особистісна складова суспільних змін: соціологічний контекст // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2003. — № 3. — С. 32-45.

36. Зосименко И.А. Социология массовых коммуникаций : учебник / И.А. Зосименко. - Ульяновск : УлГТУ, 2013. - 357 с.

37. Зражевська Н.І. Масова комунікація і культура : лекції / Н.І. Зражевська. - оЧеркаси : Брама-Україна, 2006. -171 с.

38. Иншаков О.В. Экономические институты и институции: к вопросу о типологии и классификации // Социологические исследования. 2003.- № 9. — С. 58-71.

39. Іванов В. Основи теорії масової комунікації та журналістики : навч. посіб. / В. Іванов ; за наук. ред. В.В. Різуна. - К .: Центр Вільної Преси, 2010. - 258 с.

40. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посібник / В.Ф. Іванов. - Черкаси : Вид-во ЧДУ, 2003. - 380 с.

41. Каретна О. О. Сучасні підходи до визначення поняття «молодь» /О. О. Каретна // Актуальні проблеми політики: Збірник наукових праць. — Одеса : «Фенікс», 2009. — Вип. 37. — С. 287 – 292.

42. Качанов Ю. Л. Что такое социологическая теория? // Социс. — 2002. — № 12.

43. Квіт С. Масові комунікації : підручник / С. Квіт. - К. : Видавничий дім «Києво- Могилянська академія», 2008. - 206 с.

44. Клименко О.Ю. Інституціоналізація соціального захисту дітей у кризових ситуаціях в українському суспільстві : монографія. — Харків : ХДАК, 2015. — 400 с.

45. Клименко О.Ю. Особливості інституціоналізації соціального захисту дітей у кризових ситуаціях в сучасному українському суспільстві. Дис.. доктора соц. наук. — Харків: Вид-во ВН Каразіна.і, 2016. 480 с.

46. Клименко О.Ю. Трудовий фактор у системі соціально-економічного розвитку суспільства // Вісник ДДФА: Економічні науки. — 2009. — № 2. — С. 76-82.

47. Клименко О. Фабрики думок”: вплив неурядових організацій на політику демократичних держав // Політичний менеджмент — 2007. — № 2. — С. 90-99.

48. Клименко О.Ю. Діти в умовах кризової ситуації на сході України: реалії існування / О. Ю. Клименко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. Вип. 21. — Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. — С. 274-279

49. Клименко О.Ю. Особливості процесів соціальної стратифікації на тимчасово окупованій території Донбасу / О. Ю. Клименко // Вісник НТУ «ХП», Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства». — Харків : НТУ «ХП», 2016. — № 40. — С. 28-32

50. Клименко О.Ю. Проблема формування соціального капіталу дітей з нетиповим дитинством / О. Ю. Клименко // Альманах Грані. — Вип. № 1 (129). — 2016. — С. 99-105.

51. Козловский В.В. Практический смысл социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. — СПб. — 2004. — Т. VII. — № 1.

52. Колодий Н.А. Социология массовой коммуникации : учеб. пособ. / Н.А. Колодий, В.С. Иванова. - Томск : Изд-во ТПУ, 2009. - 272 с. 4

53. Конечкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конечкая. - М.: Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. - С. 230

54. Костенко Н. Масова комунікація / Н. Костенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 1998. - № 6. - С. 127 - 151.

55. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. — 2001. — № 3. — С. 122-139.

56. Кузьменко Т.М. Соціологія: Навч посібник. — К.: ЦНА, 2019. — 320 с.

57. Кузьменко Т.М. Соціологія: Навч посібник. — К.: ЦНА, 2019. — 320 с.

58. Кутуєв П. Соціальна реальність і трансформації ХХ ст.: між концепціями та утопіями // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2012. — № 3. — С.68-76.

59. Лисовский В. Т. Социология молодёжи. — СПб.: Санкт-Петербургский университет, 1996. — 361 с.

60. Литвин А. П. Соціологія : навч. посіб. / А. П. Литвин, А.К. Яковенко. — Т. : ТНЕУ, 2013. — 472с.

61. Лукашевич М.П. Соціалізація: Виховні механізми і технології. Навч.метод.посібник. Інститут змісту і методів навчання.- К., 2011.

62. Лукашевич М.П. Соціологія масової комунікації : підручник / М.П. Лукашевич, Ф.Ф. Шандор. - К. : Знання, 2015. - 367 с.

63. Лукашевич М.П., Туленков М.В. Спеціальні та галузеві соціологічні теорії: Навч. посібник. - К., МАУП, 2010.

64. Макеєв С., Оксамитна С. Вступ: визначати стан суспільства і давати йому ім'я // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2016. — № 4. — С. 201-210.

СОЦІОЛОГІЯ

65. Мак-Квейл Д. *Теорія масової комунікації* / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.

66. Маркс К., Энгельс Ф. Происхождения семи частной собственности и государства. Сочинения. 2-е изд. / Карл Маркс. — М. : Политиздат, 1969. — Т.23. — 470 с.

67. Масионис Дж. Социология / Дж. Масионис. – 9-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 752 с.

68. Мачуліна І. І. Конспект лекцій з соціології молоді – Дніпродзержинськ, 2013. – 93 с.

69. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Роберт Мертон // Социологические исследования. — 1992. — № 2. — С. 122-123.

70. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. праць. – Харків.: ХНУ, 2001. – 569 с.

71. Мешанова Г.О. Соціально-психологічне дослідження особистості: теоретико-методологічний аспект. – Тернопіль, 2014. – 180 с.

72. Миллс Ч. Высокая теория / Чарльз Райт Миллс : [пер. с англ. М. А. Кисселя] // Структурно-функциональный анализ в современной социологии. Информационный бюллетень ССА и др. Вып. 1. — М. : ИКСИ АН СССР, 1968. — 400 с.

73. Мілз Т. О соціології малих груп / Теодор Мілз // Американская соціологія. Перспективи, проблеми, методи. — М. : Прогрес, 1972. — С. 82-93.

74. Молодь України – 2018 / Результати репрезентативного соціологічного дослідження. – Київ : ДП «Редакція інформаційного бюлетеня «Офіційний вісник Президента України», 2018. – 72 с.

75. Москаленко Л. Онлайн платформа неформальної освіти / Л. Москаленко, Ю. Петрушенко // Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. – 2016. – Вип. 1. – С. 176. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/OD_2016_1_26

76. Москаленко Л. Эволюция общественно-правового статуса раввина в российской империи в XIX - нач. XX вв. (в контексте формирования законодательной базы) // Схід. – 2016. – №4(144). – С.62-67.

77. Москаленко Л.М. тенденції розвитку неформальної освіти в Україні (за результатами соціологічного дослідження) // Вісн. Львів. Ун-ту visnyk lviv. Univ. – Серія Соціологія. – 2018. – Вип.12. – С. 212-220, Ser. Sociol. 2018. Is.12. P. 212–220.

78. Москаленко Л.М. Бібліотека як простір для розвитку неформальної освіти : за матеріалами воркшопу для бібліотекарів від 29 червня 2017 р. //Бібліотечна планета : Щоквартальний науково-виробничий журнал. – 2017. – N 3. – С. 23-26.

79. Назайкин А. Медиапланирование на все 100%. – М.: Альпина Бизнес Букс. - 2007. - 460 с.

80. О современном этапе развития социологии //Социс. – 2008. –№7.
81. Общественная роль социологии. – М.: Вариант, 2008.
82. Особистість у контексті глобалізації (Круглий стіл) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 2.
83. Павліченко П. П., Литвиненко Д. А. Соціологія. Навчальний посібник. – К.: Лібра, 2014. – 459 с.
84. Парсонс Т. Система современных обществ: пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1997.- С. 51- 59.
85. Партико З.В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З.В. Партико. - Л., 2008. - 309 с.
86. Піча В. М. Соціологія: загальний курс. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України. – К.: “Каравела”, 2000. – 410 с.
87. Піча В. М. Соціологія: загальний курс. Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти України. – К.: “Каравела”, 2000. – 410 с.
88. Попов Е.А. Современная социология в перекрестье междисциплинарности //Социс. – 2013. – № 8.
89. Посібник з Переглянутої Європейської хартії про участь молодих людей у місцевому та регіональному житті [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/332/UEY.pdf>
90. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов - М. : Рефлербук, 2001.-656 с.
91. Примуш М.В. Загальна соціологія: Навчальний посібник. – К.:ВД "Професіонал", 2014. – 592 с.
92. Радугин А.А., Радугин К.А. Социология: курс лекций. 3-е изд., перераб. и доп.- М.: Центр, 2000. -С. 153-154.
93. Резнік О. Особистість і громадянське суспільство: досвід теоретичного осмислення // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 3. – С. 68-79.
94. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник / В.В. Різун. - К. : Просвіта, 2008. - 260 с
95. Сиссорс, Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2004. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.- 369с.
96. Система социологического знания / Сост. Г.В. Щекин. – К.: МАУП, 2001. – 348 с.
97. Смелзер Н. Социология : пер. с англ. / Н. Смелзер. – М. : Феникс, 1994. – 688 с.
98. Смелзер Н. Соціологія. – М.: Прогресс, 1984.
99. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М. : Прогрес, 1992. — 580 с.
100. Сохань Л. Життєвий простір і життєвий світ особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 1. – С. 190-201.

СОЦІОЛОГІЯ

101. Социологическая мысль Запада. Избранные произведения / [пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова] ; предисл. П. П. Гайдено. — М. : Прогресс, 1990. — 808 с.
102. Социология: Учебник для вузов/В.Н.Лавриненко,Н.А.Нартов, О.А.Шабанова, Г.С.Лукашова; Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. – 2-е изд. переаб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА,2011.- 407 с.
103. Социология: учебное пособие/ Под ред. П.С.Емшина, Д.З.Мутагирова, Н.Г.Сквоцова. – СПб.: Питер,2004. – 400 с.
104. Соціологічна енциклопедія / уклад. В. Г. Городяненко. – К. : Академвидав, 2008. – 456 с.
105. Соціологічна енциклопедія. –К., 2008.
106. Соціологія (за ред. проф. Ятченка В.Ф.)
107. Соціологія / За ред. В.Г. Городяненка. – К., 2012.
108. Соціологія : підручник для студ. вищ. навч. закладів / за ред. В. Г. Городяненка. – К. : Вид. центр «Академія», 2010. – 560 с.
109. Соціологія. Курс лекцій/ За редакцією Старовойта І.С. – Тернопіль,Видавництво Астон, 2015. – 176 с.
110. Соціологія. Підручник (за редакцією Ятченка В.Ф.).- К.: «Міленіум», 2018.
111. Соціологія. Підручник /за ред. Ятченка В.Ф. – К., 2018.
112. Соціологія: короткий енциклопедичний словник/За ред. В. І. Воловича. - К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998. – 736 с.
113. Соціологія: Навч. посібник / За ред. Макеєва. – К., 2003.
114. Соціологія: Підр. для студ.вищ. навч. закладів / За ред В.Г. Городяненка – К.: Вид. центр “Академія”, 2002. – 560 с.
115. Соціологія: Підр. для студ.вищ. навч. закладів / За ред В.Г. Городяненка – К.: Вид. центр “Академія”, 2002. – 560 с.
116. Соціологія: Підручник / За загальн. ред. проф. В. П. Андрущенка, М. І. Горлача. - Харків – Київ: Основи, 1998. – 680 с.
117. Соціологія: Підручник / За загальн. ред. проф. В. П. Андрущенка, М. І. Горлача. - Харків – Київ: Основи, 1998. – 680 с.
118. Соціологія: підручник для студентів вищих навчальних закладів /За ред. В.Г.Городяненка.- К.: Видавничий центр „Академія”, 2015.
119. Соціологія: Навчальний посібник для студентів ВНЗ, аспірантів, викладачів. — 3-тє вид., перероб. і доп. / Танчин І.З. – К., 2008. – 351 с.
120. Стан сучасного українського суспільства: цивілізаційний вимір. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2017. – 198 с.
121. Танчер В. Актуальні проблеми соціологічної науки //Соціологія:теорія, методи, маркетинг. – 2014. – № 2.
122. Танчин І. З. Соціологія : навч. посіб. / І. З. Танчин. – 3-тє вид., перероб. – К. : Знання, 2008. – 351 с.
123. Танчин І.З. Соціологія: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2007. – 351 с.

124. Тённис Ф. *Общность и общество* / Фердинанд Тённис [пер. с англ. С. П. Баньковский] // Социологический журнал. — 1998. — № 3-4. — С. 207-229.

125. Тощенко Ж.Т., Романовский Н.В. *Публичная или профессиональная публичная социология?* // Социс. – 2009. – № 4.

126. *Участь молоді в суспільному житті: економічна активність. Щорічна доповідь Президенту України, Верховній Раді України про становище молоді в Україні (за підсумками 2013 року)* [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://dsmsu.gov.ua/media/2014/01/10/5/dopovid_2013_na_sait_new.pdf

127. Федотова Л.Н. *Социология массовой коммуникации : учебник* / Л.Н. Федотова. - СПб.: Питер, 2003- 400 с.

128. *Формування та реалізація державної молодіжної політики в Україні в умовах децентралізації* – Тернопіль: ТОВ «Тернограф», 2017. – 100 с.

129. Фромм Э. *Иметь или быть* / Эрих Фром : [пер. с нем. Н. Войсунской, И. Каменкович, Е. Комаровой, Е. Рудневой, В. Сидоровой, Е. Феединой и М. Хорькова.] — М. : «АСТ», 2000. — 128 с.

130. Фукуяма Ф. *Що таке соціальний капітал?* : Київська лекція Френсіса Фукуями // День. — 2006. — № 177. — 17 жовтня. — С. 4.

131. Циба В.Т. *Соціологія особистості: системний підхід.*-К., 2000.- 150 с.

132. *Ціннісні орієнтації сучасної української молоді. Щорічна доповідь Президенту України, Верховній Раді України про становище молоді в Україні (за підсумками 2015 року) / Держ. ін-т сімейної та молодіжної політики; [редкол.: Жданов І. О., гол. ред. колег., Ярема О. Й., Беляєва І. І. та ін.].* – К., 2016. – 200 с.

133. Черниш Н. *Соціологія сьогодення: тенденції та перспективи розвитку* // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2017. – № 4.

134. Черниш Н. *Соціологія: Підручник.* – К.: Знання, 2009. – 468 с.

135. Шарков Ф.И. *Коммуникология. Социология массовой коммуникации.* - М. : Дашков и Ко, 2013. - 320 с

136. Штанська О.В. *Зарубіжний досвід взаємодії державної молодіжної політики та політики зайнятості* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://82-117-235-189.gpon.sta.kh.velton.ua/e-book/db/2008-1/doc/5/08.pdf>

137. Штомпка П. *Социология. Анализ современного общества* / П. Штомпка; пер. с польск. С.М. Червонной. – 2-е изд. – М. : Логос, 2010. – 664 с.

138. Штомпка П. *Социология. Анализ современного общества* / Петр Штомпка [пер. с польского С. М. Черновой]. — М. : Логос, 2005. — С. 436-451.

СОЦІОЛОГІЯ

139. Шульга М.О. Соціальний ареал особистості // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 20-23.

140. Щепанський Я. Элементарные понятия социологии.- М.: Прогресс, 1969.- 438с.

141. Щепилов К. Медиаисследования и медиопланирование. – Спб.: РИП Холдинг. – 2005. – 225 с.

142. Ятченко В. Впливи світових «центрів сили» на духовний світ українців //Українська дипломатія в добу національно-визвольних змагань (1917-1921pp). – К., 2019.

143. Ятченко В. Духовний світ української людини в часи Голодомору. Соціоантропологічні й смисложиттєві виміри Голодомору 1932-1933 років в Україні. Монографія. – К., Міленіум, 2016.

144. Ятченко В. Екзистенційний аспект консолідаційних суспільних процесів в українській нації у світлі сучасних українських реалій //Українознавчий альманах. -№ 19. –К., 2016.

145. Ятченко В. Екзистенційні концепти в поезії Тараса Шевченка //Феномен Тараса Шевченка: Лінгвістичний, історичний і соціофілософський аспекти - К., 2015.

146. Ятченко В. Метафізичні шляхи самоствердження особистості в часи Голодомору. //Створення суспільства рівних можливостей як реальна основа патріотизму . – К., 2017.

147. Ятченко В. Позитивістська парадигма в дослідженні М. Грушевським української дохристиянської духовності //Феномен М. Грушевського як державного діяча, науковця, громадянина. – К. 2015.

148. Ятченко В. Соціальна травма в філософському й соціологічному знанні //Гілея: науковий вісник. Вип. 145(6). Ч.2. – К., 2019

149. Ятченко В. Феномен автентичності в духовному світі людини //Науковий вісник НУБіП України. Вип. 274. – К., 2017.

150. Ятченко В. Ціннісні трансформації в Західній Європі після Другої світової війни //Перемога над нацизмом у Другій світовій війні: суспільна пам'ять, наукові інтерпретації, освітньо-виховні технології – К., 2016.

151. Ятченко В., Олійник О. Екзистенційне підґрунтя суспільних викликів і трансформацій соціальних груп солідарності //Науковий вісник НУБіП України. Вип. 228. – К., 2015.

152. Ятченко В., Олійник О. Суспільні виклики як чинник виникнення та трансформації груп солідарності //Методологія, теорія практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – ХНУ. Вип. 21. Х. 2015.

153. Klymenko E. Analysis of the state of the leading sectors of the economy in Donbass for the old industrial region – summer-autumn 2014th // Baltic Journal of Economic Studies. – 2017. – Vol 3, № 4. Riga, LV-1058 – P. 42-48

154. Klymenko E. Die Schwächsten der Schwachen: Ukraine: Kinder im Krieg // OSTEUROPA. – 2019. – № 3-4. – P. 185–191

155. Mary S Jacob, Kell Julliard, Elena Klimenko Definitions of health among healthcare providers // Nursing science quarterly. – 2007. – № 19 (3). – С. 265-271.