

УДК 316+303+308

В числі журналу представлені результати соціологічних досліджень науковців з Великобританії, Польщі, Швейцарії, України.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, працівників сфери державного та соціального управління.

В номере журналу представлені результати социологических исследований ученых из Великобритании, Польши, Швейцарии, Украины.

Для ученых, преподавателей, аспирантов, студентов, работников сферы государственного и социального управления.

The issue of the Journal presents the results of sociological research scientists from the UK, Poland, Switzerland, Ukraine.

For scientists, teachers, graduate students, government officials and social management.

<b>ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР</b>	О. Д. Куценко, д-р соціол. наук, проф. (Київ, Україна)
<b>РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ</b>	А.П. Горбачик (заст. гол. редактора), канд. фіз.-матем. наук, доц. (Київ, Україна); С. С. Бабенко, канд. соціол. наук (Київ, Україна); В. І. Волович, д-р соціол. наук, проф. (Київ, Україна); К. Вольяс, проф. (Абердін, Велика Британія); Н. Генев, д-р наук, проф. (Любляна, Словенія); Є. І. Головаха, д-р філос. наук, проф. (Київ, Україна); П. В. Кутуєв, д-р соціол. наук, проф. (Київ, Україна); Д. Лейн, проф. (Кембридж, Велика Британія); Л. В. Малес, д-р соціол. наук (Київ, Україна); А. Рихард, д-р наук, проф. (Варшава, Польща); В. І. Судаков, д-р соціол. наук, проф. (Київ, Україна); П. Тамаш, д-р наук, проф. (Будапешт, Угорщина); М. В. Туленков, д-р соціол. наук, проф., (Київ, Україна); К. Херпфер, д-р наук, проф. (Абердін, Велика Британія); В. І. Чепак, д-р соціол. наук (Київ, Україна); Ю. І. Яковенко, д-р соціол. наук, проф. (Київ, Україна); Ю. Б. Савельєв (відп. секретар), канд. філос. наук, доц. (Київ, Україна)
<b>Адреса редколегії</b>	03680, Київ-680, просп. Глушкова, 4д, кім. 501, 504; ☎ (38044) 521 63 40 E-mail: journal_soc_knu@ukr.net
<b>Затверджено</b>	Вченою радою факультету соціології 30.10.14 (протокол № 4)
<b>Атестовано</b>	Міністерства освіти і науки України. Наказ № 893 від 04.07.13
<b>Зареєстровано</b>	Міністерством юстиції України. Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16688-5260Р від 07.05.10
<b>Засновник та видавець</b>	Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет". Свідоцтво внесено до Державного реєстру ДК № 1103 від 31.10.02
<b>Адреса видавця</b>	01601, Київ-601, 6-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43 ☎ (38044) 239 31 72, 239 32 22; факс 239 31 28

UDC 316+303+308

The issue of the Journal presents the results of sociological research scientists from the UK, Poland, Switzerland, Ukraine.

For scientists, teachers, graduate students, government officials and social management.

В числі журналу представлені результати соціологічних досліджень науковців з Великобританії, Польщі, Швейцарії, України.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, працівників сфери державного та соціального управління.

В номере журналу представлені результати соціологічних досліджень учених из Великобританії, Польщі, Швейцарії, України.

Для ученых, преподавателей, аспирантов, студентов, работников сферы государственного и социального управления.

<b>EXECUTIVE EDITOR</b>	O. Kutsenko, Dr.Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine)
<b>EDITORIAL BOARD</b>	A. Gorbachyk (Deputy Editor), C. Sc., Ass. Prof. (Kyiv, Ukraine); S. Babenko, C. Sc., Ass. Prof. (Kyiv, Ukraine); V. Volovich, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine); C. Wallace, Prof. (University of Aberdeen, UK); N. Genov, Dr. Sc., Prof. (Ljubljana, Slovenia); E. Golovakha, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine); P. Kutuev, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine); D. Lane, Prof. (Cambridge, UK), L. Males, Dr. Sc., Ass. Prof. (Kyiv, Ukraine); A. Rychard, Dr. Sc., Prof. (Warsaw, Poland); V. Sudakov, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine); P. Tamash, Dr. Sc., Prof. (Budapest, Hungary); M. Tulenkov, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine), Ch. Haerpfer, Dr. Sc., Prof. (Aberdeen, UK); V. Chepak, Dr. Sc., Ass. Prof. (Kyiv, Ukraine); Yu. Yakovenko, Dr. Sc., Prof. (Kyiv, Ukraine); Yu. Savelyev (Associate Editor), C. Sc., Ass. Prof. (Kyiv, Ukraine)
<b>Address</b>	r. 501, 504; 4d Hlushkova Prospect; Kyiv, Ukraine, 03680; tel. (+38) 044 521 63 40
<b>Approved by the</b>	Academic Council at Faculty of Sociology October 30, 2014 (Minutes # 4)
<b>Certificated by:</b>	Ministry of Education and Science of Ukraine writ № 893 from 04.07.2013
<b>Certified by the</b>	Ministry of Justice of Ukraine Certificate about the public registration KB № 16688-5260 P from 07.05.2010
<b>Founded and published by</b>	Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv University Publishing State Certificate # 1103 issued on 31.10.2012
<b>Address:</b>	Office 43, 14 Shevchenka Blvd, Kyiv, 01601 ☎ (38044) 239 3172, 239 3222; Fax 239 3128

**VISNYK**

**TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV**

---

---

**SOCIOLOGY**

**1(5)/2014**

**Established in 2010**

---

**Kyiv University Publishing, 2014**

---

## ЗМІСТ

---

### СОЦІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗМІНИ

<b>Лейн Д.</b> (Кембридж, В.Британія) Пояснення трансформації від державного соціалізму .....	
<b>Сальнікова С.</b> (Луцьк) "Позитивна" трансформація чи тенденція невизначеності: порівняльний аналіз українського суспільства в європейському контексті.....	
<b>Уестон К.</b> (Варшава, Польща) Перехід від шахської до шиїтської теократії і піднесення пасдарану як політичного, військового та економічного інституту .....	

### СОЦІОСТРУКТУРНІ ПРОЦЕСИ

<b>Локтєва І.</b> (Київ) Концептуалізація та досвід вимірювання соціального відторгнення.....	
<b>Новікова Л.</b> (Київ) Соціоструктурна диференціація ціннісних орієнтацій студентів університету.....	
<b>Орешета Ю.</b> (Київ) Основні характеристики професійної ідентичності майбутніх фахівців з соціальної роботи .....	

### КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ І СМИСЛОВІ СТРУКТУРИ

<b>Кліменкова А.</b> (Київ) Комерційна реклама: вплив на споживача через формування суб'єктивної реальності .....	
<b>Тодорова О.</b> (Київ) Комунікативний аспект інноваційного і традиційного PR-інструментарію.....	
<b>Фітисова А.</b> (Київ), <b>Дейнека А.</b> (Київ) Факультетські кафедри в уявленнях студентів: спроба феноменологічного аналізу значимих смислових структур в царині освіти .....	
<b>Стрельник О.</b> (Полтава) Материнство як практики турботи: концептуальні аспекти аналізу .....	

### МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДАНИХ

<b>Сидоров М.</b> (Київ), <b>Ходаківська Ю.</b> (Київ) Застосування параданих для аналізу невідповідей (на прикладі ESS) .....	
---	--

### НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ

<b>Куценко О.</b> (Київ) Соціальні класи: соціологічні інтерпретації і підходи до вивчення.....	
--	--

### ПЕРЕКЛАДИ

<b>Гелбінг Д.</b> (Цюріх, Швейцарія) Плюралістичний підхід до моделювання складних систем.....	
---	--

### РЕЦЕНЗІЇ

<b>Мельников А.</b> (Луганськ) Новий внесок у розвиток екзистенціальної соціології .....	
---	--

<b>Інформація для авторів, рецензентів і читачів .....</b>	<b>95</b>
--	-----------

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### SOCIAL TRANSFORMATIONS AND INSTITUTIONAL CHANGES

- Lane D.** (Cambridge, UK)  
Explaining the Transformation from State Socialism .....
- Salnikova S.** (Lutsk)  
"Positive" Transformation or Tendency of Uncertainty: Comparative Analyze  
of Ukrainian Society in European Context .....
- Weston C.** (Warsaw, Poland)  
Transition from the Shah to Shiite Theocracy, and the Rise of the Pasdaran as  
a political, military and economic institution .....

### SOCIO-STRUCTURAL PROCESSES

- Loktieva I.** (Kyiv)  
Conceptualization of social exclusion and experience of its measurement .....
- Novikova L.** (Kyiv)  
Socio-structural differentiation of the value orientations of university students .....
- Oresheta Y.** (Kyiv)  
Basic descriptions of professional identification of future social workers .....

### COMMUNICATIVE PRACTICES AND STRUCTURES OF SENSE

- Klimenkova A.** (Kyiv)  
Commercial advertising: an impact on a consumer via formation of subjective reality .....
- Todorova O.** (Kyiv)  
Communicative aspect of innovative and traditional PR-tools .....
- Fitisova A.** (Kyiv), **Deineka A.** (Kyiv)  
Student's representations of faculty's departments: towards phenomenological analysis  
of significant meaning structures in higher education .....
- Strelnyk O.** (Poltava)  
Mothering as care practices: conceptual aspects of analysis .....

### METHODS OF DATA ANALYSIS

- Sydorov M.** (Kyiv), **Khodakivska Y.** (Kyiv)  
Using paradata for regulating the level of non-response (ESS data) .....

### TEACHING MATERIALS

- Kutsenko O.** (Kyiv)  
Social classes: sociological interpretations and approaches to study .....

### TRANSLATIONS

- Helbing D.** (Zürich, Switzerland)  
Pluralistic modeling of complex systems .....

### REVIEWS

- Melnikov A.** (Luhansk)  
New contribution into development of existential sociology
- Information for potential authors, reviewers and readers** .....96

---

## CONTENTS

---

### СОЦИАЛЬНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

- Лэйн Д.** (Кэмбридж, Великобритания)  
Объяснение трансформации на пути от государственного социализма.....
- Сальникова С.** (Луцк)  
"Позитивная" трансформация или тенденция неопределенности:  
сравнительный анализ украинского общества в европейском контексте.....
- Уэстон К.** (Варшава, Польша)  
Переход от шахской к шиитской теократии и подъем пасдарану  
как политического, военного и экономического института.....

### СОЦИОСТРУКТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ

- Локтева И.** (Киев)  
Концептуализация и опыт измерения социального отторжения.....
- Новикова Л.** (Киев)  
Социоструктурная дифференциация ценностных ориентаций студентов университета.....
- Орешета Ю.** (Киев)  
Основные характеристики профессиональной идентичности будущих специалистов по социальной работе.....

### КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ И СМЫСЛОВЫЕ СТРУКТУРЫ

- Клименкова А.** (Киев)  
Коммерческая реклама: влияние на потребителя посредством формирования субъективной реальности.....
- Тодорова О.** (Киев)  
Коммуникативный аспект инновационного и традиционного PR-инструментария.....
- Фитисова А.** (Киев), **Дейнека А.** (Киев)  
Факультетские кафедры в представлениях студентов: попытка феноменологического  
анализа значимых смысловых структур в области образования.....
- Стрельник О.** (Полтава)  
Материнство как практики заботы: концептуальные аспекты анализа.....

### МЕТОДЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ

- Сидоров М.** (Киев), **Ходаковская Ю.** (Киев)  
Использование параданных для регулирования уровня неответов (на примере ESS).....

### НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

- Куценко О.** (Киев)  
Социальные классы: социологические интерпретации и подходы к изучению.....

### ПЕРЕВОДЫ

- Гелбинг Д.** (Цюрих, Швейцария)  
Плюралистический подход к моделированию сложных систем.....

### РЕЦЕНЗИИ

- Мельников А.** (Луганск)  
Новый вклад в развитие экзистенциальной социологии.....
- Информация для авторов, рецензентов и читателей**.....

## СОЦІАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ЗМІНИ

УДК 316.42

D. Lane, Professor  
Fellow of Emmanuel College, University of Cambridge, UK

### EXPLAINING THE TRANSFORMATION FROM STATE SOCIALISM

*The author contends that the formation of a new post-communist social system – state building, capitalism and polyarchy – cannot be explained either in terms of social structural change or the widely used elite paradigm. Useful though the former is to explain the social differentiation occurring under state socialism and latter to understand the 'steering' of societies to democracy, it is argued that the move to capitalism needs to take into account the role of classes. Distinctions are made between political class and social class, the former including elites drawn from different social classes. It is suggested that three social class forces played a major role in the fall of state socialism and a move to capitalism: these are, endogenously – the acquisition and administrative classes, and exogenously – the global capitalist class. The objectives of the paper are to outline paradigms of social change, to assess their applicability to the transformation of state socialism and to revive an approach based on class.*

**Key words:** state socialism, capitalism, theories of transformation, elite, ascendant classes, totalitarian syndrome.

To understand why state socialism was dismantled or collapsed, and the ways transformation has taken place, we need to understand how it was constituted and what social forces were present and active in bringing about change. If we can identify the values and interests which underpinned the transformation process we may then make some prognostications about how the process may continue or be reversed.

Five major paradigms have been developed in the social sciences which attempt both to explain the structure and process of state socialist societies and they indicate underlying causes of social change. First is the paradigm of 'totalitarianism' which provides an ideological/political interpretation and which has wider implications concerning the domination of politics in the modern era. Critics here emphasise the power of a political elite and rely on the role of exogenous forces to promote system change. Secondly, there are theorists whose focus is the malfunctioning of the institutions of state socialism itself. Those advocating reform or transformation from this point of view look to the institutional setting as the source and object of reform. Thirdly, is an approach derived from the nature of the power elite which has led to elite circulation as a major process of socio-political transformation. Fourthly, is the critique stemming from theories of sociological modernisation. Here changes in the social structure of modern society impel changes in the command system of state socialism. Such an approach focuses on socio-economic stratification and the cumulative changes from forms of mechanical to organic solidarity. Fifthly, is a world-systems model which explains the changing internal class dynamics in terms of a global political and class system. Essentially, internal predispositions for structural changes are triggered by global class interest. There various approaches are discussed in turn.

#### **The Totalitarian Syndrome**

Though the concept of 'totalitarianism' has gained enormous popular acclaim, it has been peripheral to political science and sociology. The term totalitarianism was popularized by two American academics, Karl Friedrich and Zbigniew Brzezinski [1]. The essential characteristics of societies of the Soviet-type were defined as: 'A system of autocratic rule for realizing totalist intentions under modern technical and political conditions' [2]. Other writers, such as Herbert Marcuse and C.W. Mills have also drawn attention to totalitarian tendencies within Western capitalist society. Mills exposes the massification effect of media leaving people with no individual autonomy and the domination of a 'power elite' lacking democratic control [3].

The totalitarian view of society, as applied to the socialist states, discounted any form of internal reform let alone any major internally sponsored social change. As Richard Pipes

has pointed out, people adopting such a perspective did not expect communist states to be dismantled or subject to internal political change. They could not be reformed and '...were immune to self-destruction' [4]. As the society is held together by force, it is not susceptible to a legitimacy crisis; for it has no autonomous sets of values on which it can be judged. By definition, totalitarianism implies not only that open dissent is not tolerated but also that group stratification is not able to develop. Hence the triggers for change cannot be found in society. As Friedrich and Brzezinski conclude: 'Our entire analysis of totalitarianism suggests that it is improbable that ... a "revolution" will be undertaken, let alone succeed... When the characteristic techniques of a terrorist police and of mass propaganda are added to the monopoly of weapons that all modern governments enjoy, the prospects of a revolutionary overthrow becomes practically nil' [5].

The outlook adopted by theorists of totalitarianism is not useful to further our understanding either of the various reform movements which characterized the politics of the more developed Marxist-Leninist states, or of the ways in which its leaders abdicated their political and economic power. While there may have been dissent at the margins through cultural opposition and the cultivation of alternative life styles [6] by marginalized social groups, these movements were not serious threats to the system. Totalitarianism was less a scientific approach and more an ideology which justified liberal criticism and opposition to oppressive powers. From this point of view, it is only through exogenous forces that significant political and social change can occur.

The totalitarian approach shaped thinking about the possibilities of changes in a number of ways. First it provided a political model of the socialist system and a delegitimizing ideology. Second it focussed on the power of the ruling elites (rather than classes) and posed the primary goal of replacing them. Third it emphasised the role of exogenous powers as instruments of political change. In a social science sense, it was not a satisfactory model. It ignored differentiation within the elite structure which gave rise to the reform movement. From a more sociological point of view it did not take into account the changing social structure which transformed expectations of the population and also limited the extent of elite rule. The political elites became dependent on the participation and support of the scientific, technological and socio-economic intelligentsia. People in these social advocated within-system change and reform – the second approach defined in the introduction above.

#### **Within-System Market Reforms**

Internal critics of the state socialist system accepted the structures of state socialism but advocated within-system

reforms to reverse the decline in the rate of growth of the economy and to narrow the gap which was rising between the public's expectations and their fulfilment. Within-system reformers contended that the introduction of the market was an essential component to secure economic growth and thereby to improve public well-being. Market socialism, however, has many varieties and is subject to different interpretations, especially in terms of institutional practice [7].

There were two groups of reformers: market socialists who believed that state socialism could be reformed by combining publicly owned property and allocative planning with markets. The second group consisted of market fundamentalists who contended that without private property the market could not function and a transformation, rather than reform was necessary. The focal point of these reformers was the malfunctioning of the system.

Market reformers wanted to utilise the market in the context of public ownership and central planning; to combine a market, in the sense of prices reconciling demand and supply, with planned allocation of resources. The advantage would be a more precise economic calculation combined with none of the disadvantages of the capitalist environment of private ownership and exploitation. Politically, given the existence of planning and Party control organs under state socialism, this position suggests a way forward from state socialism to market socialism. It is conceded that a political institution is necessary to ensure not only levels of investment but also the replication of public property. Planning would continue to take macro decisions concerning the major forms of investment and the market would operate more at the macro level to determine distribution – prices of commodities and labour. The viewpoint considered that the command system of planning under Party control was fundamentally sound but needed revision.

The market fundamentalists, however, saw market socialism as an alternative to state socialism. One version of this position advocated the market replacing the institutions of state planning and the directing role of the Communist Party. The government, however, would still have a coordinating role with respect to investment and in other ways would operate as governments do under capitalism. The context would be one of public ownership of material assets [8]. The innovation in this approach is that the directing role of the Party-state, which has economic and political drawbacks, is replaced by the market as a coordinating body. An important consequence is that the allocation of resources and decisions about investment are made by the market.

The market under socialism gradually was given a new respectability. Politburo member, Yakovlev, in a speech in 1988, pointed out that 'The development of the socialist market is one of the roads leading the combining of interests and to the shaping of the ideology of the good socialist manager... The market is made socialist or capitalist not by the movement of commodities, capital or even the workforce, but by the social context of the processes which accompany it... The dividing line ...lies in defining the place of people in society and whether they are using the market for the ultimate goals of society or as a source of profit'.

The outcomes of such policies have divided scholars. Some contend that such reforms (as developed in China) lead to a better form of state socialism (socialism with Chinese characteristics), whereas others contend that instituting the market and the creeping privatisation of property lead to capitalism.

Moreover, a more fundamental criticism stems from this position and leads to a more radical programme of reform. Such critics consider that a market-economy under the

leadership of the communist party had serious contradictions which could only be resolved by system change, rather than reform. State socialism had 'major systemic incompatibilities caused by the absence of both a market and a mechanism of conflict resolution... Because institutional arrangements deprive state socialism of the capacity to channel self-interested behaviour into socially beneficial performance and condition its survival on the base of direct coercion, the whole concept of a politico-economic order is fundamentally flawed' [9]. Markets to operate efficiently require private property and entrepreneurs maximising profits. State socialism moves to capitalism. This view is clearly put by Kornai. 'The socialist system was a brief interlude, a temporary aberration in the course of historical events. [T]here is no alternative to the "capitalist system".'[10]

Both these positions may be interpreted as responses by members of the economic and political elite to dysfunctions in the planning system. They do not identify any social or political actors or institutional forces which would lead to transformation.

The radical transformers assume that a move to economic markets and political democracy can be ensured through the introduction of the appropriate institutional forms copied from Western practice [11]. The carriers of these policies are elites implementing policies to move to Western type capitalism and democracy. The 'system transfer' position assumes that state socialism was a fundamentally defective system and that a policy of markets, private property and competition in economy and competitive polyarchy in the polity would be a strategy to transform the ailing societies into prosperous democratic states.

As state socialism would experience spontaneous collapse, such transitologists merely provide the appropriate Western institutions and processes. While not theorised by such advocates of economic reform, an implicit assumption is that counter elites, which evolve particularly within the economic administrative apparatus, advocate and articulate demands for reform. Within-system change, they contend, will not work and will lead to transition to a different system. The carriers of these policies are elites implementing a movement to a Western type of capitalism and democracy [12].

#### **The elite approach**

The perspective of totalitarianism focussed on the domination of the political elites. This approach has the advantage that it puts actors at the centre of economic and political change and transformation. An elite may be defined as a stratum in an organisation or group which has prestige, status and power over other members of the organization or group. A political elite is a group of people with power and influence drawn from different social, economic, military and/or political constituencies.

Political elites have a dominant place in the analysis of transformation [13] and an 'elite approach' has been formulated by sociologists and political scientists around John Higley (Jan Pakulski and Michael Burton). [14] The elite approach seeks to replace social class as an independent variable to explain social change. As Goldstone has put it, '[A] state-centered view focusing on elite dynamics may provide a better explanation of how the revolutionary process began in the late 1980s'. [15] In an article focused on Russia and Eastern Europe, Kullberg, Higley and Pakulski claim quite unambiguously that 'the dynamics and trajectories of political change in post-communist countries can be explained almost entirely as a function of the structure and behaviour of elites.' [16] Elites are generally considered to be expressions of either their own interest or those of national and ethnic cleavages which underpin political behaviour [17].



While one might acknowledge the contribution that Higley and Pakulski make to our understanding of political stability and instability, elite theory does not explain why elites adopt particular policies. In the case of transformation, why should the radical reformers advocate markets and capitalism, why not a move to a corporate system such as in Taiwan or Korea, or a Chinese type of economic reform? It cannot be denied that the political elite played an important role in the transition process. Understanding dynamics, however, does not explain goals. In my own explanation, class interests, originating both from within and from outside the socialist societies, shaped the outlook of the political elite.

Elites are embedded in structures of power, and ruling or power elites are dependent on support of interests which control strategic sectors and resources in society. At centre stage in the process of transformation is the notion of a 'nomenklatura elite' popularised by Olga Kryshchanovskaya [18]. The nomenklatura elite is held to derive its power from the apparatus, essentially located in the previous Communist Party. What this theory does not tell us is why the 'nomenklatura elite' transformed itself into an ascendant elite seeking to change the parameters of the system of state socialism.

Class interests, I shall show, shaped the outlook of factions within the political elite. Exogenous influences also shaped and later sustained endogenous reform processes. Changes in the structure of the ruling elites and in the wider political class were a consequence of the modernisation of the social structure and provides a sociological explanation of social change. This is the fourth approach I defined in the introduction.

#### Modernisation

The social science literature on transformation of societies gives many insights into the changes which take place in societies as they modernise. These developments condition the role of political leaders and form a constellation of elites and classes which in turn impact on the ways that societies are managed. In the literature on early twentieth century transitions the centre of attention was the movement or evolution from feudalism to modernity [19] in terms of democracy or dictatorship. The best known approaches here are those of Samuel Huntington and Barrington Moore. A sociological approach outlined the cultural and institutional conditions which shape the disintegration of the old regime and provide building blocks for a new one. Independent factors are the level of education, the occupational structure of the population, the rise of economic institutions (such as banks), technical progress and media (such as printing), the type of political culture, the existence of a potentially friendly (or hostile) external environment and the possibility of entry to a wider economy. [20]

Of considerable importance in this way of reasoning is the dependence of successful transformation on an educated and urban population [21]. These factors are considered to be conditions for the type of regimes which may arise. The emphasis is on social forces and social institutions. Such developments cannot 'determine' social change. Rather they are requisites for regime transformation, they create the conditions in which new class actors may arise. They are necessary but not sufficient conditions. The causal path was as follows: industrialisation led to changes in the social structure – urbanisation, waged labour, education; these in turn gave rise to different personality types – to individualism, to a work orientation; and (under certain circumstances) to a democratic political culture. These sociological views had important influences on political thinking on the autocratic regimes in the south (such as Spain, Portugal and Brazil). It was confidently predicted that as these countries industrialised and urbanised, they would take the road to

democracy. Modernisation theory had built-in motors of change which would lead to transformation.

However, these theories also had faults. It is not clear why these correlations should lead to electoral political democracy. Third World states, such as South Korea, Singapore, Malaysia, Taiwan as well as the socialist bloc and China experienced urbanisation, rises in educational levels, and economic growth. But the experience of Stalinism and Maoism illustrate that they did not adopt the expected forms of electoral democracy. Even by the early 1980s, the move to democracy, or more accurately, polyarchy and pluralism had not occurred in the state socialist societies. Indeed, it was claimed that authoritarian governments were necessary to move societies from their moribund non-developmental states. Strong states and weak societies seemed to characterise the newly emerging Tigers of the East. The indices collected by Lipset and others (showing correlations between electoral democracy and urbanisation, for example) would seem to be characteristics of stable democracies, rather than necessary conditions of economic development.

The socialist states of Europe began to experience lower growth rates and other forms of unfulfilled expectations. Reformers in the state socialist societies diagnosed the problems to be due to the excessive state control and lack of markets – as outlined above in the second model. Sociologists in the West, led theoretically by Talcott Parsons, provided another explanation. Put simply: an urban-industrial system to maintain effectiveness and efficiency requires multiple and reciprocated exchanges between their different components. Parsons devised a societal interchange system. His argument was that values, forms of social integration, the type of government and economic processes are interconnected and have to be in harmony one with another. This is a similar functionalist viewpoint to that of the Marxist paradigm of base and superstructure, except that it has more components and that class and class conflict have no place.

To survive and to reproduce themselves effectively and efficiently, modern societies have to solve a large number of problems. These may be analysed in terms of four major sets of institutions and related processes within them: the economy, the system of government, values and beliefs and a system of social integration. This is known as the LIGA system. Another important assumption of a systemic approach is that these systems are interrelated: a change in one has ramifications for all three other systems. Parsons defines six interchange systems which compose modern societies: Legitimation, Loyalty/solidarity/commitment, Allocative, Resource mobilisation, Political support and Labour /consumption/market sub systems. American sociologists, based on Parsons's work contended that the state socialist system could not operate without markets, private property and an electoral democratic framework. Only the latter enabled the complex exchanges necessary in urban industrial society to function efficiently.

The implications of this social system approach are that 'totalitarian' societies would not be able to function effectively. Innovation in science and technology, it was argued, required freedom of expression. A market in the economy was necessary to establish conditions for the stimulation of labour, to promote labour productivity and to allocate resources efficiently. Anticipating writers like Janos Kornai, Western functionalists argued that the centrally organised and politically directed system would not be able to adapt to a modern society.

They argued that the communist countries would copy Western democracy politically, the market system economically and civil society socially. This would be a consequence of modernisation of the social structure. Evolution would lead to developing countries (including the

socialist countries) to adopt the structural and functional features of American society. As Parsons put it: 'The United States' new type of societal community, more than any other single factor, justifies our assigning it the lead in the latest phase of modernization... American society has gone farther than any comparable large-scale society in its dissociation from the older ascriptive inequalities and the institutionalization of a basically egalitarian pattern.' [22] Parsons pointed out that the communist societies would 'either make adjustments in the direction of electoral democracy and a plural party system or "regress" into generally less advanced and politically less effective forms of organisation'. [23] Parsons predicted either that the USSR would evolve in the direction of an American type democracy or it would collapse. [24]

This approach provided a sociological argument for macro societal change – from state socialism to a capitalism of the American type. The distinctive character of the transformation is that the movement from state socialism involves a concurrent change in politics – from autocracy to polyarchy, in economics – from central planning to the market and in society from state ownership and communist hegemony to private ownership and civil society. The changes involve the redefinition of individual and collective identity.

This viewpoint carries with it the grains of sociological insight and a great deal of American ideological baggage in beliefs about the superiority of American electoral politics and free market economics. Other sociologists in the United Kingdom – Tony Giddens, John Goldthorpe and myself – believed that an effective modern society could take different forms; the types of interchanges could be effective in many national settings. My own view was that a form of socialist pluralism could develop in the state socialist countries: one could conceptualise both a capitalist and a socialist form of modern society. Within the state socialist societies there were demands for reforms and for a less centralised and controlled society. Pluralism was trying to get out of a central party-state straight jacket. Multiple exchanges, it was asserted by the economic and political reformers, could take place within a communist-led state-owned economy. The later success of China would appear to be a vindication of this position.

What was lacking in the Parsonsian analysis was any analysis of the movers of political change. The approach is developed in terms of social sub-systems and abstract 'exchanges'. The reliance on American institutional forms shows either an arrogant ethnocentrism and/or ignorance of other societies.

By bringing elites and classes into the analysis helps to explain why the transition to capitalism took place. This has the form of: 'classes propose, elites dispose'.

#### **The traditional class approach**

The class paradigm has commanded very little attention as an explanation why state socialism was dismantled and then moved to building capitalism. Class has an economic quality, determined by ownership and control of property and/or individual skill assets. This economic relationship leads to other social characteristics of class. I would define a social class as being constituted from a group of people who share a similar economic position which determines life chances; a class reproduces itself demographically, it has an actual or latent awareness of its own position in relation to those in other social classes and provides a basis for social and political action. [25]

The lack of any class analysis in theoretical accounts may be partly explained by the decline of class analysis in scholarly activity in political science and sociology in the West and partly because of the peculiar social and political structure of state socialist society.

Traditional Marxist class analysis, it is quite true, does not explain the transformation from state socialism. Both

the 'official' Soviet Marxist analysis of class and the Western 'totalitarian' critique denied a role to classes as movers of social change. The former because the relations to the means of production had no personal form of ownership – there was no economic market and production of exchange value, and for the latter because the political elites prevented the formation of classes which would become a social basis for political challenge.

Other sociologists have suggested that in Soviet-type regimes the working class was atomised and was either voluntarily or forcibly co-opted into the regime. It could not form the traditional Marxist-type ascendant class. The absence of a bourgeoisie in the sense of a property owning class further appeared to challenge a class explanation of regime collapse and revolutionary (or counter-revolutionary change). In the sense of a class with a consciousness of pecuniary interest based on the production of commodities through a market for profit, a bourgeois class did not exist under state socialism. (Though it was later created 'from above' in the period of market reforms in Europe and China). It was not even identified in the late Soviet period as a significant impetus to reform [26].

Some writers however interpret the formation of a 'Soviet bourgeoisie' in a different form. Ivan Szelenyi and his associates have identified 'the technocracy', 'bureaucracy' and intellectuals as actors in transition. However, these writers make it clear that they were not classes. What is striking about this school's account is the absence of any empirical account of classes in post-communist society [27]. In their discussion of 'classes and elites', Eyal et al make clear that they are concerned with 'intra class or more precisely inter-elite struggles' [28]. Their account falls into an elitist interpretation rather than a class one. I contend however that social class was not only a mover of reform but also class determined the future beneficiaries of transformation.

#### **A Class Explanation of Transition**

It is my contention that class actors are at the heart of the transformation from state socialism to capitalism. To explain how this came about, an explanation of the peculiar way that classes were formed under state socialism is necessary. A class explanation has three elements. First, an administrative stratum, which was able to turn executive power into ownership of capital assets and in so doing, moved from a stratum into a class. Second, an 'acquisition' stratum which was able to valorize skill assets through the market, sectors of this group were able to utilise such assets to secure rights over property and in so doing became part of a bourgeois class. Third external class interests, acting through global political elites provided the means and legitimation for transformation. These three groups possessed the attributes of classes described above: a group of people sharing a similar economic position which determines life chances; it reproduces itself demographically, has an actual or latent awareness of its own position in relation to those in other social classes and provides a basis for social and political action.

The administrative stratum was composed of people occupying a hierarchy of posts which gave control over the means of production, as well as the ideological, military and security institutions. These key positions were defined by the nomenklatura – a list of positions controlled by the Communist Party (though sometimes jointly managed with state institutions). The nomenklatura affected not only elite positions, but positions of authority at lower levels. Posts in the Party and trade union hierarchies, executive positions in government institutions (including enterprises, educational and health institutions, the media) were also subject to nomenklatura vetting. Hence there was a vertical binding of members of the nomenklatura, with movement between nomenklatura posts. Not all of these posts formed

the ascendant administrative class which was constituted of the occupants of key administrative and executive posts.

The difference with market capitalism was that these positions did not allow the holders to dispose of the assets under their control, neither did production enterprises directly benefit<sup>29</sup> from the economic surplus yielded from production of goods or services. Many persons occupying positions in the party structure were symbolic and nominal and they were also members of the professional classes (examples being representatives of academia, the media and the military in the Central Committee of the Party).

The second dimension of class was linked to the market. Under state socialism, a systemic form of class stratification was linked to the market. Employees were paid for their labour by a state enterprise or institution: the state had a monopoly of hiring, and fixed wage rates and conditions. Labour productivity was encouraged through the incentive for monetary reward. This gave rise to a market for labour and for goods. People competed for jobs which gave better conditions and higher income. The exchange of labour power for money remained a feature of state socialism and income derived from employment was important in the determination of living standards.

Under capitalism, the labour market promotes illegitimate inequality. John Roemer theorises this form of inequality in Weberian terms. It gives rise, he says, to a class being in possession of "skill assets" which leads to structural inequality [30]. Under state socialism however the economic rewards were not determined by bargaining on a market, but administratively. The difference between the actual level of rewards and a notion that the market would give higher material benefits created a sense of disillusion and resentment aimed at the communist political system. The intelligentsia, defined by levels of education and higher non-manual occupations, became an acquisition stratum – a potential ascendant class.

Here then we identify class interests dividing state socialist society and which were crucial in providing ballast for political change. These groups would be characterised by Ernest Mandel as constituting 'bourgeois' strata in terms of their consumption patterns. They had a latent class interest under state socialism and had been kept 'in place' by the administrative class which controlled the state and party apparatus.

There were then two systems with contrary social strata in operation under state socialism – a planning and administrative system controlled by a political stratum and a quasi market system with an incipient bourgeois class linked to the possession of intellectual assets and skills. We may define class boundaries operating on the basis of these two criteria of stratification (control of assets and marketability of skills). Behind the reform process were the interests of these two competing strata: state bureaucracy and middle class occupational groups whose life chances were linked to the marketability of their skills. Both could turn their social positions into class rights in two steps: first, by securing an economic market, and second, by acquiring rights to property.

However, a major weakness of the ascendant acquisition class was its lack of political power and its weak organizational resources: the administrative/political strata had secured economic and political power. The confidence of the administrative class varied between different state socialist societies, depending on the way in which power had originally been achieved. Whereas in Eastern Europe, the latent opposition included people who had experienced capitalism, this was not the case in the USSR or China where generations either had not known the phenomenon or where a significant indigenous capitalism had not developed.

Under state socialism, moreover, even this potential ascendant class was unable to articulate an ideology of capitalism involving privatisation of property and a

comprehensive move to a market system. The internal penetration of capital and external economic links between foreign capital and socialist host countries were very weak. Unlike in many developing capitalist countries there was no indigenous comprador capitalist class.

The reform strategy of the acquisition class was to support a change to a market system, it was less concerned with privatisation of state assets. This class supported representative political institutions as forms of coordination and civil society as a context for its own development. Gorbachev, himself, at least in the early years of reform, was an advocate of this position.

#### **The Political Opportunity Structure**

The top political leadership was a crucial factor in defining the opportunity structure for the two classes – and this is why the study of the political elite is important. As long as the political leadership was adamant in maintaining the administrative, ideological and coercive components of the political system, the costs of opposition were too great for the rise of an ascendant class.

The ruling elite under Gorbachev played a crucial role in leading the movement for radical reform and in doing so responded internally to, and cultivated, the acquisition class. Initially, it sought a move to the market within the context of a Communist Party-led political order (as described above), rather than a move to capitalism. It also responded to the exogenous transnational political class, discussed below. To secure support for change, the Gorbachev leadership shifted the political ballast within the political class from the administrative to the acquisition stratum.

Gorbachev created conditions which widened considerably the political opportunity structure. This set off a tipping process whereby previously loyal 'within system' reformers felt able to shift their support to (and even advocate) radical market reform. Within the acquisition class were groups which now advocated not only a move to markets, but also the abolition of Soviet Party-State hegemony and the institution of republican and regional autonomy.

Many members of the administrative class were in contradictory class positions. They occupied influential, secure and privileged positions in the ruling elites. But they also had potential to an even more privileged economic class position if they could turn their administrative control into ownership of property and/or were able to valorise their administrative and executive capital through a market. Under Gorbachev, from 1987 (with the introduction of market forces and greater devolution of power to enterprises) members of management had already begun the process of 'spontaneous' privatisation and the transfer of company income to themselves. Gorbachev undermined the central and regional administration which weakened the loyalty of the administrative stratum. The reformers in the acquisition class legitimated private ownership in terms of its necessity to make markets work.

However, such a movement to market capitalism could not publicly be justified – ideologically, economically or politically. Resistance to capitalism was strong both in society and in the ruling elites. The final link in the causal chain was provided by the global capitalist class.

'The West' had a major impact on the reforms and provided support and impetus for the internal transition to capitalism. The external environment, to which we now turn, had a determinant effect not only in shaping politics but in influencing values, norms and the ways exchanges were to take place.

#### **The Global Dimension**

The 'geographic diffusion of capitalism' and the spread of capitalist world markets has been noted by Randall Collins, [31] and he focuses on collapse prior to the period of transformation. Like many structural theorists, he ignores social agents, such as class actors. My own approach

would be to distinguish between a transnational political class (TPC) and a global corporate class (GCC). The global corporate class (GCC) is one constituency of the TPC. The driving force of accumulation defines the class interest of the transnational political class. It is however only one faction of the capitalist class, as there remain national and international formations. The interests of these factions do not coincide and lead to important conflicts between national, international and global factions of the capitalist class.

During the period of state socialism, while the culture-ideology of consumerism was taking grip, the transnational capitalist class had little presence in the USSR due to the autarchic nature of its state owned economy. Penetration was greater in Eastern Europe (in countries like the GDR and Hungary) and the consumer ethic of the West more intense. The role of transnational corporations in the socialist countries was relatively small. [32] A transnational capitalist class could not exist within the boundaries of the state socialist countries.

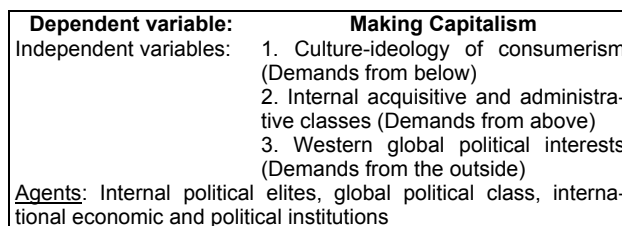
By global political class I refer to international actors who help to shape global economic and political policy. These include the heads of transnational corporations, chief executives of international economic and political organisations, leading professionals in non-government organisations with a global perspective, national politicians and executives with a globalising intent [33]. These groups through the heads of state and transnational organisations (such as the IMF, the World Bank) and regional political powers (such as the European Union) brought decisive influence to bear on the reforming political elites of the socialist states. They laid down the conditions under which transformation could take place. The forms taken by conditionality for membership of the European Union privileged the interests of global capital.

The conditions placed on economic transition by international organisations (such as the IMF, OECD, European Union) have had a direct influence in dismantling the statist economies and adjusting internal policies to external demands.

The implantation of neo-liberal economic and political democracy has been a major policy of the hegemonic Western powers. 'Economic democracy', envisaged in the Washington Consensus, involves individual rights to private property, privatisation of enterprises, deregulation, a weak non-distributive state, and an economy open to the global market [34]. It is here that the global class interest is most visible as this policy precludes the development of other forms of national capitalism – social democratic and corporatist. In a global class context, as Sklair has put it: '[The] dominant ideology appears to be in a process of transformation from state interventionism to a neo-liberalism which privileges the unrestricted operation of the free market. This is the world-view that a country's best interests are to be found in playing a full part in the accelerated growth of the global economy through unfettered competition by destroying old systems of tariff protection and labor regulation and forcing all forms and their workers to become internationally competitive. The neo-liberal dogma that this can only be fully achieved in an entirely market-driven system provides the economic theory for this strategy [35].'

My own scheme of transition from state socialism to capitalism is summarised in Figure 1. Inputs define the type and rate of change include the popular culture of consumerism, the role of Western interests, internal classes. The major tensions which are defined under contradictions are between Western hegemony and the legacy of state socialism and also between sections of the ascendant classes when in power; between, for example,

those with interests in domestic industry and markets and others with a global economic interest.



**Fig. 1. Transition from state socialism to capitalism: a class based interpretation**

**Conclusion**

The 'totalitarian' paradigm of state socialist societies underestimated the growing modernisation and differentiation of urban-industrial society in the socialist states which gave rise to claims for economic and political reform. The emphasis on the power of the ruling elite focussed attention on changing the composition of the political elites. It also legitimated the role of exogenous interests in the transformation process. This framework ignored the interpretation of the reform movement in terms of elite circulation are insufficient to explain the political and economic outcomes of the transition process. A better framework of analysis is that suggested by a social system analysis. This in turn however lacks analysis of the dynamic elements in the transformation of the socialist states. It is claimed that class interests underpinned the shift from state socialism to capitalism. A revised social class paradigm is suggested. This involves two major internal ascendant classes, the dominant administrative stratum, and an acquisition stratum which provided the initial ballast for a move to markets. Both these strata were constituents of the political class under state socialism. The political leadership under Gorbachev weakened the loyal administrative stratum and tipped the balance towards the acquisition. Consequently, members of the administrative stratum realised a potential for ownership of material assets (a class interest) which was legitimated by the dominant global powers, particularly by the political elites of the United States and the European Union. Unlike in traditional class analysis of system change which is national in character, the global interests of capitalism played a major role in the transformation of state socialism defining the course that capitalism would take. The culture ideology of consumption emulated the West in the popular consciousness which gave a mass base initially to the move to capitalism. The transnational corporations did not play a direct part in the transformation. It is contended that a global political class acting through the hegemonic governments of the West and international organisations attempted to define the course of transition and supported the creation of a neo-liberal form of capitalism. It is here that contradictions limited the spread of global capitalism: disparities between the interests of local domestic and export industries and the legacy of state socialism, particularly the continued presence of state ownership. A consequence has been different types of capitalism in the post-socialist states and different forms of participation in the global economy.

**Notes and References**

1. See particularly their influential: Friedrich C.J. and Z. Brzezinski, *Totalitarian Dictatorship and Autocracy*. New York: Praeger. 1966.
2. C.J. Friedrich, M. Curtis and B.R. Barber *Totalitarianism in Perspective: Three Views*. Praeger, 1969. p. 136. Friedrich and Brzezinski's descriptive definition stressed the following features of a totalitarian society: an official ideology; a single mass party; terroristic police control of the population; a Party monopoly of control over effective mass communications and the armed forces; and central direction and control of the entire economy and corporate entities.
3. See *The Power Elite*, New York: Oxford University Press, 1959, pp. 302-304.

4. Richard Pipes, *Communism: The Vanished Specter*. Oxford University Press, 1994. p.31.
5. Friedrich and Brzezinski, p.375.
6. Jeffrey C. Goldfarb: *Beyond Glasnost: The Post-Totalitarian Mind*. Chicago and London: The University of Chicago Press, 1989. p.4
7. See Christopher Pierson, *Socialism after Communism*. Polity Press, 1995.
8. Just how 'public' or 'collective' ownership is organised is a matter of debate, see Pierson, chapter 4.
9. B. Kaminski, *The Collapse of State Socialism*. Princeton University Press 1991. pp. 16, 3.
10. J. Kornai, *From Socialism to Capitalism*. London: The Social Market Foundation, 1998. pp. 2, 40
11. See for example, David Lipton and Jeffrey Sachs, 'The Strategy of Transition' in David Kennett and Marc Lieberman, *Economic Transformation in Eastern Europe and the Former Soviet Union*. Fort Worth: the Dryden Press, 1992. pp. 350-354. Originally published as 'Creating a Market Economy in Eastern Europe: The Case of Poland', *Brookings Papers on Economic Activity*, vol. 1, 1990. Washington D.C. Brookings Institution.
12. A major focus for this school is the importance of elite unity, settlements and pacts see: Michael G. Burton and John Higley, 'Elite Settlements' in *American Sociological Review*, vol. 52: 295-307 and John Higley and Michael G. Burton, 'The elite variable in democratic transitions and breakdowns'. *ASR* 1989, vol 54: 17-32
13. O. Kryshchanovskaya and Stephen White, 'From Soviet nomenklatura to Russian elite', *Europe-Asia Studies*, Vol. 48, 4 (July 1996). Oxana Gaman-Golutvina, *Elity i obshchestvo v sravnitel'nom izmerenii*, Moscow: Rosspen 2011.
14. J. Kullberg, J. Higley and J. Pakulski, 'Elites, Institutions and Democratisation in Russia and Eastern Europe' in Graeme Gill (ed.), *Elites and Leadership in Russian Politics*. Basingstoke: Macmillan and New York: St. Martin's Press, 1998, p. 107.
15. Goldstone in Dogan and Higley, loc cit. p. 100.
16. J. Kullberg, J. Higley and J. Pakulski, 'Elites, Institutions and Democratisation in Russia and Eastern Europe' in Graeme Gill (ed.), *Elites and Leadership in Russian Politics*. Basingstoke: Macmillan and New York: St. Martin's Press, 1998, p. 107.
17. Pakulski and Waters, p.147.
18. O. Kryshchanovskaya, *Anatomiya rossiskoy elity*. Moscow 2004. O. Kryshchanovskaya and Stephen White, 'From Soviet nomenklatura to Russian elite', *Europe-Asia Studies*, Vol. 48, 4 (July 1996).
19. See particularly: Harry Eckstein, F.J. Fleron Jr., et al, *Can Democracy Take Root in Post-Soviet Russia?: Explorations in State-Society Relations*. Lanham and Oxford: Rowman and Littlefield 1998. See especially the articles by F.J. Fleron Jr., 'Congruence Theory Applied: Democratisation in Russia' (35-68), P.G. Roeder, 'Transitions from Communism: State-Centred Approaches' (201-228) and W.M.Reisinger, 'Transitions from Communism: Putting Society in its Place' (229-248).
20. For example, Lipset showed that European stable democracies had higher education enrolment of 4.2 per thousand of the population, European dictatorship 3.5, Latin-American democracies and unstable dictatorships 2.0 and Latin-American stable dictatorships 1.3. S.M. Lipset, 'Some Social Requisites of Democracy, Economic Development and Political Legitimacy', *APSR* LIII March 1959.
21. S.M. Lipset, 'Some Social Requisites of Democracy, Economic Development and Political Legitimacy', *APSR* LIII March 1959. See his

classification of stable and unstable democracies and stable and unstable dictatorships, p. 342. *Political Man* London: Mercury 1963

22. Parsons, T. *The System of Modern societies* (Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1971). p.114.

23. 'Evolutionary Universals' *ASR* vol. 39, no 3 June 1964 p. 356

24. 'Communism and the West: the Sociology of the Conflict' in A. and E. Etzioni, *Social Change: Sources, Patterns and Consequences*. New York: Basic Books, 1964. See Parsons, *Social Change: Communism and the West* in Etzioni. p. 397.

25. Ambiguity in the literature focuses around points 1 and 4. Many sociologists define class in terms of occupational position giving advantage/disadvantage and levels of inequality. Others, particularly Marx, Moore, Lipset, emphasize the ways in which classes make system and/or political change.

26. Andrew C. Janos, 'Social Science, Communism and the Dynamics of Political Change' *World Politics* Vol. 44,1, 1991 pp. 81-112; Russell Bova, 'Political Dynamics of the Post-Communist Transition', *World Politics*, 44, 1, 1991, pp. 113-39; Minxin Pei, *From Reform to Revolution*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1994.

27. Russia in transition is characterised as having 'capitalists without capitalism' and central Europe, 'capitalism without capitalists'. Gil Eyal, Ivan Szelenyi and Eleanor Townsley, *Making Capitalism without Capitalists*. London: Verso, 1998. p.5. See also Lawrence P. King, 'Postcommunist Divergence: A Comparative Analysis of the Transition to Capitalism in Poland and Russia', *Studies in Comparative International Development*. vol. 37, no 3 Fall, 2002.

28. Gil Eyal, Ivan Szelenyi and Eleanor Townsley, *Making Capitalism without Capitalists*. London: Verso, 1998. p. 18. Italics added.

29. In the late Soviet period (especially in Eastern Europe) enterprises were allowed to keep a small proportion of earnings which were overfulfilled the plan. The point is that they were not profit maximising like capitalist companies.

30. Such exploitation is not illegitimate: it is "socially necessary because it improves welfare". Differentials of earnings (or levels of consumption) provide incentives and reward for the use of certain skills: the elimination of such inequality would lead to "retardation" in development. Roemer (1982) pp. 148, 240-2.

31. 'Market Dynamics and Historical Change', in Randall Collins, *Macrohistory*, Stanford, Stanford University Press, 1999. pp. 177-208, especially pp.207-8.

32. L. Sklair, *Globalisation: Capitalism and its Alternatives*. Oxford 2002, p.225.

33. The World Economic Forum, might be considered the political elite of this political class. (In Davos in January 2000, assembled the leaders of the world's largest 1,000 globalised companies and 33 national leaders, including the President of the United States). See internet under [www.weforum.org](http://www.weforum.org).

34. See John Williamson, 'What Washington Means by Policy Reform', in John Williamson (Editor), *Latin American Adjustment: How Much Has Happened?* Washington D.C.: Institute for International Economics, 1990. esp. pp.8-17.

35. L. Sklair, 'The Transnational Capitalist Class and Global Capitalism', *Political Power and Social Theory*, vol. 12,(1998) p.10.

Надійшла до редколегії 21.10.13

Д. Лейн, проф.

Эммануэль колледж, Кембриджский университет, Велика Британія

## ПОЯСНЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІД ДЕРЖАВНОГО СОЦІАЛІЗМУ

*Автор стверджує, що формування нового пост-комуністичного соціального ладу – державного будівництва, капіталізму і поліархії – не може бути пояснено з точки зору соціально-структурних змін або парадигми еліт, що широко використовується. Перший підхід є корисним для пояснення соціальної диференціації, що відбувається в рамках державного соціалізму, другий – щоб зрозуміти "спрямування" суспільства до демократії. Обґрунтовується, що у переході до капіталізму необхідно брати до уваги роль класів. Розрізняються соціальний і політичний клас, який включає еліти, що формуються з різних соціальних класів. Автор пропонує виділити три сили соціального класу, що відіграють важливу роль у падінні державного соціалізму і переході до капіталізму: це, ендогенно – клас привласнення і адміністративний клас; екзогенно – глобальний капіталістичний клас. Цілі роботи є окреслити парадигми соціальних змін, оцінити їхню придатність до трансформації державного соціалізму і відродити підхід, заснований на класі.*

*Ключові слова: державний соціалізм, капіталізм, теорії трансформації, еліта, пануючі класи, тоталітарного синдрому.*

Д. Лейн, проф.

Эммануэль колледж, Кембриджский университет, Великобритания

## ОБЪЯСНЕНИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ПУТИ ОТ ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛИЗМА

*Автор утверждает, что формирование нового пост-коммунистического социального строя - государственного строительства, капитализма и полиархии - не может быть объяснено с точки зрения социально-структурных изменений или парадигмы элит, которая широко используется. Первый подход является полезным для объяснения социальной дифференциации, происходящей в рамках государственного социализма, второй - чтобы понять "направление" общества к демократии. Обосновывается, что в переходе к капитализму необходимо принимать во внимание роль классов. Различаются социальный и политический класс, который включает элиты, формирующиеся из разных социальных классов. Автор предлагает выделить три силы социального класса, которые играют важную роль в падении государственного социализма и переходе к капитализму: это, эндогенно - класс присвоения и административный класс; экзогенно - глобальный капиталистический класс. Целями работы являются представить парадигмы социальных изменений, оценить их пригодность к трансформации государственного социализма и возродить подход, основанный на классе.*

*Ключевые слова: государственный социализм, капитализм, теории трансформации, элита, господствующие классы, тоталитарного синдрома*

УДК 316.422:316.334+303.446.3

С. Сальнікова, канд. соціол. наук, доц.  
Інститут соціальних наук, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк**"ПОЗИТИВНА" ТРАНСФОРМАЦІЯ ЧИ ТЕНДЕНЦІЯ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КОНТЕКСТІ**

*Які тенденції домінують у розвитку сучасного українського суспільства – "позитивна" трансформація чи тенденція невизначеності? Аналіз динаміки факторів (1) технологічного прогресу, (2) якості соціального капіталу дає можливість надати відповідь на поставлене питання. Дані фактори складають основу громадянського суспільства, зрілість котрого – у наявності механізмів саморегуляції, соціальної довіри, ціннісно-нормативної та інституціональної визначеності. Щодо першого фактору: слабка технологічна розвиненість до початку політичних змін, відсутність державних програм, економічна непривабливість для великого бізнесу, обмаль вітчизняних розробок і власного виробництва у сфері високих технологій не дають можливості говорити про поступальні кроки у сферах технологічної та екологічної реструктуризації. Щодо другого фактору, то оцінювання потенціалу українського суспільства як громадянського надає можливість виявити наступне: (1) немає підстав аби стверджувати про розподіл влади шляхом включення громадянського суспільства в структуру управління через слабкість механізмів нормативної регуляції, в тому числі саморегуляції, – низький рівень громадської активності, участі у неінституційних організаціях і об'єднаннях, окрім цього (2) інституціональна невизначеність підсилюється стабільністю найгірших у Європі показників довіри до визначальних державно-політичних інститутів, відсутністю позитивних зрушень морально-правової сфери. Попри незначне зростання загальнонаціональних показників, українське суспільство все ще знаходиться в стані невизначеності; тут не можна виділити один чи два домінуючих фактори, здатних пришвидшити темпи трансформації, навпаки, їх тісна взаємопов'язаність радше уповільнює зміни. Питання рушійної сили лишається відкритим.*

**Ключові слова:** соціальна трансформація, тенденція невизначеності, соціальна довіра, інституціоналізація, соціальний капітал.

Специфіка соціальних трансформацій в Україні є історично обумовленою, і розпад СРСР як крах тоталітаризму і комуністичної гегемонії є емпіричним цьому підтвердженням. Суспільні очікування швидкої розбудови нової незалежної держави виявилися такі очікуваннями, але з українським тривалим періодом – ось уже понад два десятиліття ми рухаємося нібито у демократичному напрямі і з перемінним успіхом. І те, що здавалося зовсім близьким і можливим, як марево зникає в постійних політичних перипетіях. Тому питання напрямленості та темпів трансформаційних процесів характеризується постійністю своєї **актуальності**, бо й досі панує тенденція невизначеності щодо тривалого прогнозування соціального, політичного і культурного розвитку східноєвропейського регіону.

Фази трансформаційних перетворень та специфіку їх проходження в Росії та Україні через схожості та відмінності у часі, інтенсивності, ресурсах і змістовних результатах представлено О. Куценко [Куценко, 2004, 2006], у напрацюваннях цієї авторки здійснено акцент на економічні показники, котрі є вкрай значущими і, як правило, оминаються іншими соціологами в емпіричних обґрунтуваннях трансформаційних процесів. У вивченні і розумінні трансформаційних процесів в Україні вагомий внесок зробили Є. Головаха та Н. Паніна, детально представивши механізми, фактори і етапи пострадянської інституціоналізації [Головаха, Паніна, 2001, 2006], у питаннях соціальних трансформацій пострадянських суспільств загалом та російського зокрема пояснювальну силу мають теоретичні підходи Т. Заславської [Заславська, 1996], а неінституціональну інтерпретацію у вивченні даного феномену ґрунтовно представив К. Зегберс [Зегберс, 1998].

Висновки, отримані українськими соціологами, не можна переоцінити. Чому знищення базових соціальних інститутів в політичній, економічній, соціальній сферах призвело до політичної конфронтації, розвалу економіки, але не до соціальної кризи, що передбачається в рамках класичних теорій соціальних змін і соціальних революцій? Чому, продемонструвавши усьому світу збереження соціальної стабільності в умовах постійно посилюючої соціально-економічної кризи і тотальної аномії, Україні так і не вдалося вибудувати новий ціннісно-нормативний базис? Який латентний механізм вберіг країну від соціальних (релігійних, етнічних тощо) заворушень, але не дає можливості рухатися до декла-

рованих демократичних ідеалів? Так, мова йде про механізм, описаний Є. Головахою та Н. Паніною як феномен подвійної інституціоналізації, що зберіг старі нелегальні інститути у багатьох сферах суспільного життя, надавши легітимності їм, а не новоствореним, а отже, легальним. Таким чином українське суспільство навчилося жити "своїм", паралельним життям; владну еліту цей хід подій цілком влаштував, адже "подвійні стандарти" перекладали вирішення частини життєво важливих питань з держави на саме суспільство, а решта вирішувалась не завжди і не для всіх законним шляхом. Автори стверджують, що такий феномен, породжений не еволюційним, а спонтаним характером трансформації, є тимчасовим. Та ця тимчасовість є досить тривалою, бо підсилюється іншими феноменами, наприклад, тотальною корумпованістю на різних рівнях, геополітичної альтернативи, відчуження суспільства від держави і влади за умови зрощення влади і бізнесу, "захвату держави" тощо; загалом вони гальмують процес реальних демократичних змін. **Предметом** даного дослідження є соціальні трансформації в Україні, аналіз динаміки яких надасть нам можливість наблизитися до вирішення основного **завдання** цієї розвідки, а саме: розвиток українського суспільства має "позитивний" напрям чи все ще знаходиться в стані невизначеності.

На думку Н. Генова, структурні зміни соціальної трансформації у Східній Європі передбачають порядок реструктуризації наступним чином (хоча на практиці більшість реформ реалізується одночасно): політична → економічна → культурна → технологічна → екологічна. При цьому **політична** реструктуризація передбачає розподіл влади і включення громадянського суспільства в структуру управління; **економічна** – адаптацію систем національних економік до глобалізуючого ринку товарів, послуг, обміну і праці. **Культурна** реструктуризація полягає у тому, що процес зміни ціннісно-нормативної сфери у часовому аспекті співпадає з процесом змін політичних та економічних інститутів у напрямку культурного плюралізму; центрує нову систему цінностей ідея визнання прав людини з усвідомленням цінності індивідуальних досягнень; ідея програми стійкого розвитку підкріплює становлення національних ціннісно-нормативних систем. **Технологічна** – у використанні інформаційних і комунікативних технологій, що набули глобального поширення. **Екологічна** реструктуризація передбачає досягнення у сфері екологічно чистих тех-

нологій, усвідомлення ступеню впливу технологій та економіки на навколишнє середовище; такі зміни роблять можливим розвиток локальної культури в напрямку екологічно дружнього стилю мислення і поведінки [Генов, 2009: с. 86–87].

За підходом нині популярних теорій соціального капіталу розвиток суспільства визначається (1) технологічним прогресом, куди можна віднести і розвиток у сфері екології, та (2) якісним соціальним капіталом, основою якого є громадянське суспільство.

Отож, порівнюючи обидві стратегії, у фокусі нашої уваги опиняються такі напрями: *перший* – це технологічний (в т. ч. й екологічний) прогрес українського суспільства; *другий* – зміни у політичній, економічній<sup>2</sup> та культурній сферах українського суспільства або оцінка його потенціалу як громадянського. При цьому, обираючи будь-який підхід – чи в рамках теорій соціального капіталу, чи концепцію Н. Генова – спільним у другому напрямі виступає концепт громадянського суспільства. Власне у "активності самодіяльних соціальних рухів і організацій, здатних освоїти неінституційний простір і формувати соціальний капітал і нові форми демократичної правової, політичної, економічної і духовної культури" [Головаха, Паніна, 2001: с. 21–22], Є. Головаха і Н. Паніна вбачають потенціал і перспективу розвитку українського суспільства, вивчення котрого, на їх думку, є найбільш актуальним напрямом у вивченні процесів інституціоналізації та трансформації в Україні.

Задля обґрунтування окресленої проблематики скористаємося масивами даних міжнародних порівняльних досліджень, а саме – Європейського соціального дослідження (2005-2007-2009-2011), Світового дослідження цінностей (2005-2008), а також національних – опитування громадської думки, проведене КМІС (2009, 2012).

Проаналізуємо перший напрям, використавши як показники технологічного прогресу такі – наявність мобільного телефону та Інтернету, котрі вимірювалися в рамках ЄСД. Наприкінці минулого століття такі засоби комунікації як мобільний телефон та Інтернет набули глобального поширення. Українці вкрай швидкими темпами освоїли використання не стаціонарного телефону і, не дивлячись на різні стартові позиції, мобільний зв'язок сьогодні поширений в Україні не гірше, аніж в інших європейських країнах. Так, відсотки значно різняться,

але такого різкого стрибка у використанні мобільного телефону немає у жодної іншої країни.

Таблиця 1  
Чи є у Вас власний мобільний телефон? (%)

Країна <sup>3</sup>	Так	
	2007	2009
Болгарія	56,9	72,1
Естонія	82,6	89,8
Латвія	77,3	81,8
Польща	67,7	79,9
Росія	58,8	71,2
Румунія	54,0	76,6
Словаччина	78,0	85,1
Словенія	84,0	87,7
Угорщина	74,0	79,0
<b>Україна</b>	<b>44,7</b>	<b>76,3</b>
Хорватія	-	84,9
Чехія	-	91,8
Греція	-	90,6
Португалія	76,8	81,4
Німеччина	77,8	84,8
Швейцарія	85,1	88,5

І якщо мобільний телефон, з одного боку, є малозатратним ресурсом в плані придбання, навчання і обслуговування, з іншого, забезпечує перш за все комунікації між людьми найближчої соціальної дистанції (між членами сім'ї, родини, друзями, колегами по роботі), то Інтернет-ресурс – не зовсім, при цьому комунікативна сфера є більш масштабною. У таблиці 2 наведені крайні позиції щодо даного ресурсу – відсутність доступу і щоденне використання. З 2007 року Україні вдалося значно розширити сферу доступу до Інтернету, але за показником його відсутності країна поступається лише Росії, а з 2011, як це не дивно, ще й Болгарії. Щоденних користувачів Інтернету або електронної пошти найменше в Україні (не набагато більше їх у Болгарії, Греції і Португалії), найбільше – у технологічно розвиненій Швейцарії; напевне, ведення електронного документообігу в країнах Прибалтики, Євросоюзу є одним зі стимулюючих факторів збільшення точок доступу до мережі та щоденного (більш частого) її використання. За наявних темпів, котрі демонструє Україна, аби досягнути рівня країн Прибалтики, потрібно щонайменше декілька років.

Таблиця 2

Як часто Ви користуєтеся Інтернетом або електронною поштою для особистих потреб? (%)

Країна	Не маю доступу				Щодня			
	2005	2007	2009	2011	2005	2007	2009	2011
Болгарія	-	52,7	35,4	47,0	-	11,9	20,4	26,2
Естонія	30,2	25,6	12,0	10,3	25,1	37,6	44,4	50,1
Латвія	-	23,3	24,0	-	-	28,6	34,1	-
Литва	-	-	-	32,1	-	-	-	44,5
Польща	53,2	46,1	30,4	22,1	12,0	19,1	32,3	40,7
Росія	-	70,4	61,9	45,5	-	5,5	12,6	28,9
Румунія	-	48,0	36,0	-	-	11,5	20,7	-
Словаччина	47,2	32,2	22,4	21,5	11,0	18,2	34,2	41,1
Словенія	18,7	13,9	14,5	14,6	18,0	29,5	37,3	45,4
Угорщина	41,8	62,4	47,6	39,3	15,5	16,0	27,6	36,5
<b>Україна</b>	<b>74,8</b>	<b>71,9</b>	<b>51,1</b>	<b>41,6</b>	<b>1,0</b>	<b>1,5</b>	<b>9,6</b>	<b>21,9</b>
Хорватія	-	-	22,6	19,5	-	-	27,6	33,7
Чехія	41,2	-	26,4	23,1	8,5	-	30,3	40,7
Греція	66,3	-	44,5	26,8	5,5	-	18,2	26,1
Португалія	43,8	40,8	33,9	34,0	8,3	14,6	22,5	26,4
Німеччина	37,0	33,2	22,0	17,1	19,4	22,8	38,3	45,5
Швейцарія	24,8	20,3	17,4	15,5	31,8	38,4	45,4	49,6

На основі обох показників можна припустити, що чим складнішою є аналізована технологія, тим менш поширеною вона є серед населення України. І тут не

можна не погодитися з Н. Геновим з приводу того, що "до початку політичних змін пострадянські країни були слабо розвиненими у цьому аспекті, через що такими ж

залишаються і сьогодні" [Генов, 2009: с. 87]. Щодо екологічно дружніх технологій можна навести невеличку ремарку: декілька років тому одна волинська громадська організація проводила пілотажне дослідження за такою тематикою, результати просто приголомшили – населення відповідного регіону тотально "безграмотне" і безініціативне в цих питаннях, єдина поширена технологія – це використання енергозберігаючих лампочок (майже 40%). А от щодо можливості використання приладів, котрі працюють на енергії вітру, сонця, відповіді були такими: або "чув, але інформації про такі технології немає, і в масовому виробництві їх теж нема", або "відповідна інстанція дозволу взагалі не дає, хіба за винагороду, котра покриє усю економію", або "я за підведення газу (води) стільки заплатив, що нічого змінювати не хочу". Відсутність державних програм у цьому секторі (а також секторі комунального господарства), власного виробництва й економічна непривабливість для бізнесменів і політиків не дають можливості говорити про значущі поступальні кроки екологічної реструктуризації в Україні.

Другий напрям – оцінювання потенціалу українського суспільства як громадянського. Трансформацію українського суспільства можна означити як "позитивну" (або ж завершальний етап продвинутої (просуненої) (поступальної) фази чи початок фази консолідації (посттрансформаційної) згідно з О. Куценко) за умови наявності якісного соціального капіталу. Класичний структурно-функціональний аналіз соціального капіталу надає можливість визначити спосіб побудови структурних елементів у середині соціального капіталу і окреслити набір функціональних елементів, які забезпечують його життєдіяльність.

З одного боку, основу соціального капіталу складає громадянське суспільство, зрілість котрого визначається наявністю механізмів саморегуляції. Звідси вираження завдання потребує відповідей на питання: чи забезпечує громадянам сучасна соціонормативна система українського суспільства умови (1) справедливих суспільних відносин, (2) автономності для їх творчої самореалізації.

З іншого боку, соціальний капітал – це "мережі (тобто участь, чи практики – прим. авт.), норми і соціальна довіра, які сприяють координації та співпраці для спільної вигоди" [Putnam, 1995: с. 67]. Тут довіра – основний елемент соціального капіталу, оскільки генерує цей нематеріальний ресурс (Р. Патнем, П. Бурдьє, Дж. Коулман, Ф. Фукуяма, Д. Рамбетт), вона визначає участь у різних інститутах, рівень інтеріоризації відповідних норм. Соціальний капітал належить до особливостей соціальної організації і, на думку Ф. Фукуями, є **потенціалом** суспільства або його частини, що "з'являється як результат наявності довіри між його членами. Він може бути втілений і в найдрібнішому базовому соціальному колективі – родині, і в найбільшому колективі з можливих – нації, і в усіх колективах, що існують між ними. ... він створюється і передається за допомогою культурних механізмів, таких як релігія, традиція, звичай" [Фукуяма, 2004: с. 53]. "Накопичення суспільного капіталу потребує адаптації до моральних норм визначеного співтовариства і засвоєння..." [Фукуяма, 2004: с. 54].

В цьому контексті можна розглядати будь-які інститути (політичні, державні, громадянські) крізь кредит довіри до них, і визначити механізми регуляції (чи елементи нормативної регуляції), котрі є ключовими.

Отже, зрілість громадянського суспільства полягає у наявності:

- механізмів саморегуляції,
- соціальної довіри,
- ціннісно-нормативного базису,
- інституціональної визначеності.

Цілком зрозуміло, що в рамках цієї розвідки детального аналізу усіх виділених компонентів провести не вдасться. До прикладу, за умови існування подвійних інститутів у всіх сферах не можна констатувати наявності інституціональної визначеності, особливо, якщо довіра до інститутів різного рівня виявиться стабільно низькою впродовж тривалого періоду. Згідно даних Світового дослідження цінностей (2005-2008) вона таки була вкрай низькою у аналізованій період (див. табл.3).

Таблиця 3

Довіра громадян до різних легальних інститутів, сер. бал  
(1 – найбільшою мірою, 2 – достатньою мірою, 3 – не зовсім, 4 – зовсім ні)

Інститути	Індекс недовіри*						
	Україна	Молдова	Румунія	Болгарія	Словенія	Швейцарія	Польща
<b>Церкви</b>	<b>2,16</b>	<b>2,05</b>	<b>1,55</b>	<b>2,34</b>	<b>2,79</b>	<b>2,56</b>	<b>2,00</b>
Збройні сили	2,47	2,76	1,89	2,09	2,73	2,50	2,19
Телебачення	2,50	2,52	2,46	2,26	2,70	2,75	2,63
Пресса	2,60	2,70	2,60	2,58	2,82	2,72	2,65
Профспілки	2,75	3,03	2,94	3,15	2,85	2,68	2,87
Поліція	2,86	3,03	2,71	2,46	2,70	2,02	2,56
Правосуддя	2,87	2,96	2,91	2,80	2,82	2,12	2,81
Уряд	2,93	2,89	3,00	2,85	2,93	2,27	3,06
Парламент	3,09	2,97	3,17	3,13	3,07	2,43	3,19
<b>Політичні партії</b>	<b>3,17</b>	<b>3,17</b>	3,27	3,19	3,22	2,84	3,34
<b>Доброчинні / гуманіт. орг-ції</b>	<b>2,52</b>	<b>2,63</b>	2,53	2,71	2,65	2,26	2,28
Жіночі рухи	2,55	2,70	2,63	2,76	2,67	2,41	2,49
Великі компанії	2,56	3,04	2,78	2,86	2,84	2,65	2,83
Рух захисту навк. середовища	2,58	2,75	2,59	2,72	2,63	2,26	2,40
<b>Громадські рухи</b>	<b>2,64</b>	<b>3,16</b>	2,92	2,73	3,05	2,29	2,99
Євросоюз	2,65	2,46	2,37	2,37	2,73	2,67	2,61

\*З урахуванням абсолютних середніх величин і порядку формування градацій шкали дані показники представляють скоріше недовіру, аніж довіру, до різних легальних інститутів.

Згідно з даними табл. 3 українці, молдавани, румуни, болгари, словени не схильні довіряти будь-яким державним інститутам. Мова йде про недовіру населення Східної Європи перш за все до політичних і владних інститутів, і як наслідок, до суспільних організацій, діяльність котрих активізувалась з моменту падіння

комуністичного режиму, при якому будь-які суспільні рухи строго контролювалися владою. Можливо, що відсутність довіри до таких організацій пояснюється і вкрай незначною в них участю. До прикладу, найвищим ступенем довіри володіє церква (їй довіряє 60,8% населення Болгарії, більше 70% – України, Молдови і



Польщі, 88,1% – Румунії; і лише 34,3% – Словенії); також про свою активну/неактивну належність до релігійних організацій вказують 4,3% болгар, 9,8% румун, 17% українців, 22,7% поляків, 28,7% словенів і 33% молдаван. При цьому коефіцієнт кореляції між довірою до інституту церкви і участю в ньому достатньо високий – 0,5 для України і 0,4 для Молдови та Словенії (статистично значущий на рівні 0,01); таким чином, участь в даному інституті пояснюється (більш, ніж на 20% = R<sup>2</sup>) рівнем довіри до нього у вищезгаданих країнах. У Румунії і Болгарії при достатньо високому рівні довіри спостерігається низький рівень участі, хоча взаємозв'язок також статистично значущий (становить 0,2 на рівні 0,01). Цікаво, що в Польщі участь у церковній організації не настільки сильно обумовлюється довірою до неї, – тут Польща більшою мірою схожа на дві попередні країни.

Зовсім інакша ситуація з профспілками, до котрих відносить себе в середньому 7% населення Болгарії і Румунії (7,2% і 6,6% відповідно), 13,4% – в Польщі, трохи більше 19% – у Молдові і 20% – в Україні і Словенії. Рівень довіри до цієї організації значно нижчий в усіх країнах. При цьому коефіцієнт кореляції статистично значущий на рівні 0,01 і достатньо відчутний – 0,3, але зі знаком мінус, для України і Молдови (для інших країн він становить 0,1-0,2). Це свідчить про те, що члени цієї організації не вірять в її можливості, і є такими "за звичкою" (як правило, членами профспілки є члени одного й того ж трудового колективу, і вступають в профспілку

при прийомі на роботу). Така ж, негативна, але незначна кореляція (0,1-0,2) спостерігається у випадку з політичними партіями, екологічними рухами, волонтерськими і благодійними організаціями.

Таким чином, відсутність віри у можливості будь-яких суспільних організацій і об'єднань пояснює низьку частку участі в них громадян східноєвропейських країн; більшою часткою довіри користується інститут релігії, котрий не дискредитував себе в "комуністичний" період цих країн, але з метою побудови громадянського суспільства, на жаль, цей капітал церква не використовує [Миронович, 2012].

Довіра українців до соціальних інституцій від 2008 року суттєво не змінилася, про що засвідчують результати опитування Омнібус-КМІС (лютий, 2012). Дослідження балансу довіри-недовіри<sup>4</sup> показало, що цей баланс є позитивним тільки для двох інституцій – церкви та ЗМІ. Засобом масової інформації вдалося отримати значимий бонус довіри громадян – і це одне із не багатьох досягнень на шляху до демократичного розвитку суспільства, а от громадським організаціям – ні, і цей показник засвідчує певну законсервованість спільноти у напрямку розвитку громадянського суспільства. Показово, що у Президента баланс від'ємний в усіх регіонах України: менш негативний у Південному (–24%) та Східному (–29%) регіонах, більш негативний у Західному (–54%) і Центральному (–65%) [Довіра, 2012].

Таблиця 4

## Наскільки Ви довіряєте, %

Інституції	Показники довіри		
	Довіряють	Не довіряють	Баланс довіри-недовіри
Церкви	61,7	17,0	44,7
ЗМІ	40,5	28,3	12,2
Громадським орг-ціям	27,1	29,4	– 2,4
Збройним силам	34,3	36,6	– 2,4
Опозиції	24,0	52,6	– 28,6
Президенту	21,9	65,9	– 44,0
Міліції	15,5	62,9	– 47,4
Уряду	16,1	68,8	– 52,7
Верховній Раді	12,0	73,4	– 61,4

Низький рівень громадської активності (в т.ч. участі у громадських об'єднаннях різного спрямування), притаманний українському суспільству, супроводжується найгіршими у Європі показниками довіри до визначальних державно-політичних інститутів упродовж усіх років<sup>5</sup> (за даними ЄСД).

Близькі до України показники мають лише Болгарія та Латвія. А от Європейському Парламенту мешканці України довіряють більше, ніж національному (4,83 / 3,89 / 3,58 / 3,97), і за цим показником є близькими до громадян інших пострадянських країн – Чехії (4,38 / – / 3,94 / 4,05), Хорватії (– / – / 3,59 / 3,31), Латвії (– / 4,29 / 3,93 / –), Росії (– / 3,92 / 4,04 / 3,97). Загалом ставлення до державних інститутів відображає наскільки суспільство легітимізує існуючий державний лад; показовим підтвердженням цьому є випадок Греції: складні соціально-економічні умови призвели до погіршення довіри її громадян за усіма переліченими показниками, в тому числі й до Європарламенту (5,34 / – / 4,43 / 2,57).

Стабільно високими є показники довіри до судово-правової системи та поліції у Швейцарії і Німеччині, позитивні показники мають також Естонія, Польща, Португалія. В посткомуністичних країнах Європи останніми роками рівень довіри до цих інституцій потроху підвищується, окрім України, котра від 2007 року демонструє стабільно низькі показники довіри до судової системи. Це й не дивно, якщо взяти до уваги, що на

запитання "Як часто за останні 5 років чиновники просили Вас про послугу або хабар за виконання своєї роботи?" тільки 43% громадян України відповіли "ніколи". "Це не тільки найгірший показник серед інших країн Європи, – констатують Є. Головаха і А. Горбачик – а й принципово "несвропейський" результат опитування, бо навіть у найближчій до України за цим показником Естонії 64% громадян відповіли "ніколи". Годі вже й казати про країни Західної Європи, де лічені відсотки громадян мають досвід спілкування з чиновниками, що вимагали певних послуг або хабарів" [Головаха, 2010: с. 114]. Такий відсоток відповідей є показником того, що нелегальний інститут винагороди в Україні все ще глибоко вкорінений у суспільстві, а отже, легітимний. Та функціонує цей інститут як "гра без правил", де кожен "сам за себе"<sup>6</sup>, тим самим утримуючи показники міжособистісної довіри. Отож, легальна нормативна система, покликана відстоювати інтереси громадян згідно закону, не підтримує умов щодо забезпечення їм (громадянам) справедливих суспільних відносин.

Так, дійсно за останні роки в Україні, на відміну від переважної більшості інших європейських країн, погіршилися й оцінки моральної атмосфери. Про це свідчать відповіді на запитання щодо того, чи можна довіряти більшості людей, чи люди в основному намагаються допомагати іншим (чи ошукати), якщо мають таку нагоду (табл. 6). У Польщі, Угорщині, Словаччині та Естонії за останні роки оцінки

моральних якостей співгромадян дещо покращилися. Взагалі здається, що перебування цих країн у ЄС позитивно впливає на загальний стан правової та моральної свідомості населення. Парадокс цієї ситуації для України полягає у тому, що саме погіршення морально-правової атмо-

сфери у суспільстві віддаляє Україну від ЄС, перебування у лавах якої могло б сприяти подоланню правового та морального нігілізму, властивого посткомуністичним країнам [Головаха, 2010: с. 116–117].

Таблиця 5

Довіра громадян до політико-правових інститутів, сер. бал  
(0 – зовсім не довіряю, 10 – повністю довіряю)

	Болгарія	Естонія	Латвія	Польща	Росія	Румунія	Словаччина	Словенія	Угорщина	Україна	Хорватія	Чехія	Греція	Португалія	Німеччина	Швейцарія
<b>Парламенту країни</b>																
2005	-	4,19	-	2,40	-	-	3,05	4,13	3,63	<b>4,80</b>	-	3,19	4,69	3,72	4,21	5,52
2007	2,18	4,55	3,02	2,68	3,38	3,42	4,20	4,22	3,35	<b>2,32</b>	-	-	-	3,81	4,22	5,76
2009	1,87	3,88	1,95	2,97	3,90	3,86	4,04	4,41	2,59	<b>1,66</b>	2,98	3,32	3,55	3,50	4,65	5,83
2011	2,39	4,24	-	3,44	3,57	-	3,20	2,98	4,22	<b>1,99</b>	2,27	3,28	2,04	2,88	4,31	5,80
<b>Судово-правовій системі</b>																
2005	-	4,91	-	3,01	-	-	3,58	3,85	4,43	<b>3,91</b>	-	3,72	5,38	3,94	5,54	6,14
2007	2,46	5,12	3,95	3,75	3,81	3,88	4,22	4,17	4,34	<b>2,45</b>	-	-	-	4,03	5,61	6,24
2009	2,29	4,84	4,03	3,87	4,06	3,80	4,14	4,27	3,74	<b>1,91</b>	3,13	4,20	4,75	3,83	5,76	6,35
2011	2,54	5,22	-	4,26	3,84	-	3,52	3,08	4,64	<b>2,26</b>	3,23	4,14	3,83	3,47	5,68	6,28
<b>Поліції (міліції)</b>																
2005	-	5,69	-	4,58	-	-	4,35	4,71	5,17	<b>3,30</b>	-	4,23	6,03	5,06	6,48	6,86
2007	3,89	5,54	4,20	5,01	3,38	4,56	4,71	5,01	5,12	<b>2,61</b>	-	-	-	5,13	6,63	6,93
2009	3,29	6,05	4,61	5,12	3,70	4,36	4,80	5,05	4,30	<b>2,27</b>	4,37	4,81	4,88	5,34	6,85	6,85
2011	3,85	6,17	-	5,39	3,53	-	4,49	4,99	5,10	<b>2,50</b>	4,40	4,91	4,63	5,10	6,86	7,03
<b>Політикам</b>																
2005	-	3,31	-	1,92	-	-	2,53	3,10	2,68	<b>3,74</b>	-	2,73	3,59	2,06	3,23	4,77
2007	1,72	3,51	2,40	2,10	2,92	2,72	3,57	3,21	2,53	<b>2,04</b>	-	-	-	2,51	3,26	4,94
2009	1,60	3,29	1,68	2,26	3,27	3,05	3,61	3,42	1,92	<b>1,51</b>	2,12	2,72	2,46	2,34	3,53	4,93
2011	1,99	3,62	-	2,66	3,04	-	2,78	2,25	3,12	<b>1,85</b>	1,61	2,62	1,35	1,97	3,37	5,01
<b>Політичним партіям</b>																
2005	-	3,09	-	1,89	-	-	2,68	3,21	2,71	<b>3,61</b>	-	2,74	3,51	2,09	3,18	4,64
2007	1,75	3,50	2,33	2,13	2,81	2,80	3,63	3,25	2,60	<b>2,31</b>	-	-	-	2,47	3,28	4,77
2009	1,71	3,24	-	2,30	3,20	3,15	3,63	3,44	2,01	<b>1,66</b>	2,30	2,86	2,54	2,36	3,49	4,68
2011	1,99	3,43	-	2,55	3,05	-	2,71	2,24	3,15	<b>1,99</b>	1,75	2,69	1,37	2,01	3,36	4,81

Таблиця 6

А. ... в цілому більшості людей можна довіряти чи варто бути обережним...?

(0 – потрібно бути обережним, 10 – більшості людей можна довіряти)

В. ... більшість людей при нагоді ...?

(0 – намагатимуться використати або ошукати, 10 – будуть старатися поводити себе чесно та порядно)

Країна	А., середній бал				В., середній бал			
	2005	2007	2009	2011	2005	2007	2009	2011
Болгарія	-	3,35	3,45	3,51	-	4,50	4,31	4,38
Естонія	5,18	5,34	5,44	5,67	5,44	5,64	5,80	6,13
Латвія	-	4,47	4,10	-	-	5,19	5,31	-
Литва	-	-	-	4,73	-	-	-	5,19
Польща	3,59	4,07	4,13	4,36	4,58	4,77	4,88	5,04
Росія	-	3,91	3,98	4,19	-	4,81	4,99	5,08
Румунія	-	4,07	3,82	-	-	3,81	3,71	-
Словаччина	4,02	4,29	4,14	4,51	4,50	4,70	4,67	4,89
Словенія	4,13	4,06	4,32	3,94	4,77	4,87	4,99	4,49
Угорщина	4,11	4,33	4,09	4,48	4,55	4,71	4,58	4,84
<b>Україна</b>	<b>4,45</b>	<b>4,14</b>	<b>4,11</b>	<b>4,22</b>	<b>4,79</b>	<b>4,64</b>	<b>4,46</b>	<b>4,56</b>
Хорватія	-	-	4,29	4,64	-	-	4,55	4,89
Чехія	4,28	-	4,80	4,59	5,23	-	5,33	5,13
Греція	3,82	-	3,92	4,02	3,68	-	3,68	3,93
Португалія	3,92	4,06	3,65	3,73	4,83	4,73	5,01	4,97
Німеччина	4,82	4,77	4,94	4,73	5,74	5,79	5,94	5,89
Швейцарія	6,05	6,28	6,35	5,64	6,41	6,51	6,39	6,41

**Висновковуючи** вищеподане, зауважимо, що технологічний прогрес відобразився на індивідуальному рівні через зростання користувачів мобільного зв'язку та Інтернету, тоді як на державному – через впровадження високіх технологій – значних зрушень не спостерігається.

Оцінювання потенціалу українського суспільства як громадянського виявило, що (1) немає підстав стверджу-

вати про розподіл влади шляхом включення громадянського суспільства в структуру управління через відсутність механізмів саморегуляції – вкрай низький рівень громадської активності, участі у неінституційних організаціях і об'єднаннях, що ставить під сумнів наявність громадянського суспільства як такого; (2) інституціональна невизначеність підсилюється стабільністю найгірших у Європі

показників довіри до визначальних державно-політичних інститутів, відсутністю позитивних зрушень морально-правової сфери. Отож, в Україні здійснюється побудова "демократії без розвиненого громадянського суспільства" [Szelenyi, 1998]. В рамках використаних емпіричних даних не маємо можливості стверджувати про чітко означений позитивний напрям змін, які відбуваються в нашій державі. Невже українському суспільству і досі характерна тенденція невизначеності щодо напрямленості подальших трансформаційних процесів?

#### Примітки:

<sup>1</sup> Можливість отримувати державну власність представниками великого бізнесу, здійснюючи вплив на формування базових правил гри за допомогою хабарів чиновникам чи політикам; термін взято з доповіді [Hellman, 2000].

<sup>2</sup> Досить ґрунтовно економічне та політичне відображення системних трансформацій в Росії та Україні проаналізовано у працях українського соціолога О. Куценко, наприклад у [Куценко, 2006: с. 43–61], тому на змінах у відповідних сферах посткомуністичних суспільств у даній роботі увага не акцентується. Окрім цього, авторка серед специфічних регулярностей соціальних трансформацій у Східній Європі зауважує на "відносній незалежності економічних успіхів від процесу демократизації" [Куценко, 2010: с. 16].

<sup>3</sup> Тут і надалі подано країни, котрі мали досвід комуністичного минулого, а також найбідніші і найбагатша країни, що входять до складу Євросоюзу і не мали такого досвіду, і одна – що не входить до Євросоюзу і не має комуністичного минулого.

<sup>4</sup> Це різниця відсотку тих, хто довіряє, та тих, хто не довіряє.

<sup>5</sup> В рамках даного дослідження увага акцентується на показниках від початку 2007 року, оскільки ситуація до цього року детально описана у працях С. Головаха, Н. Паніної, О. Куценко та ін.

<sup>6</sup> На питання про те, чи люди в основному дбають про свій інтерес – 0, а чи намагаються допомагати іншим – 10, Україна має бал із незначним зростанням (3,82 / 3,60 / 3,72 / 3,91), їй передують лише суспільно нестабільна Греція (3,25 – 2011) і Болгарія (3,30 – 2011). Схожими у цьому питанні до українців виявилися також поляки (3,86 – 2011), португальці і хорвати (по 3,95 кожна – 2011). Лишень Німеччина (5,02) і Швейцарія (5,58) перетнули позначку у 5 балів.

#### Список використаних джерел

- Генов Н. От "переходного периода" к "социальной трансформации": концепты и реалии / Н. Генов // Социология. – 2009. – № 4. – С. 83–98. [Henov N. Ot "perekhodnogo peryoda" k "sof'syal'noi transformatsiyi": konf'septy y realyy / N. Henov // Sof'syolohiya. – 2009. – № 4. – S. 83–98.]
- Головаха Е. Тенденції соціальних змін в Україні та Європі: за результатами "Європейського соціального дослідження" 2005-2007-2009 / Е. Головаха, А. Горбачик. – К.: Інститут соціології НАН України, 2010. – 118 с. [Holovakha E. Tendentsiyi sotsial'nykh zmin v Ukraini ta Yevropi: za rezul'tatamy "I'evropeis'koho sotsial'noho doslidzhen'nia" 2005-2007-2009 / E. Holovakha, A. Horbachyk. – Kyiv: Instytut sof'siolohii NAN Ukrainy, 2010. – 118 s.]
- Головаха Е. Постсоветская деинституционализация и становление новых социальных институтов в украинском обществе / Е. Головаха, Н. Панина // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 4. – С. 5–22. [Holovakha E., Postsovetskaiia deynstytutsionalizatsiya y stanovlenye novykh sotsial'nykh ynstytutov v ukraynskomo obshchestve /

E. Holovakha, N. Panyna // Sof'syolohiya: teoriya, metody, marketynh. – 2001. – № 4. – С. 5–22.]

4. Головаха Е. Основные этапы и тенденции трансформации украинского общества: от перестройки до "оранжевой" революции / Е. Головаха, Н. Панина // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2006. – № 3. – С. 32–51. [Holovakha E. Osnovnye etapy y tendentsyy transformatsiyi ukraynskoho obshchestva: ot perestroiki do "oranzhevoi" revoliutsiyi / E. Holovakha, N. Panyna // Sof'syolohiya: teoriya, metody, marketynh. – 2006. – № 3. – С. 32–51.]

5. Заславская Т. Трансформация социальной структуры российского общества / Т. Заславская // Куда идет Россия?.. Социальная трансформация постсоветского пространства. – М., 1996. – С. 17. [Zaslavskaiia T. Transformatsiya sotsial'noi struktury rossyiskoho obshchestva / T. Zaslavskaiia // Kuda ydet Rossyia?.. Sof'syal'naia transformatsiya postsovetskogo prostranstva. – Moskva, 1996. – С. 17.]

6. Зерберс К. Трансформації в Росії та Східній Європі: неінституціональна інтерпретація / К. Зерберс // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 4–5. – С. 21–40. [Zehbers K. Transformatsii v Rosii ta Skhidni Yevropi: neoinstytutsional'na interpretatsiia / K. Zehbers // Sof'siolohiia: teoriia, metody, marketynh. – 1998. – № 4–5. – С. 21–40.]

7. Куценко О. Фазы и пути системных трансформаций: подобию и различия в бывших странах государственного социализма / О. Куценко // Посткоммунистические трансформации: векторы, измерения, содержание [Под. ред. О. Куценко, С. Бабенко]. – Харьков: Изд-во при Харьк. ун-те, 2004. – С. 26–27. [Kutsenko O. Fazы y puty systemnykh transformatsiy: podobyia y razlychiya v byvshykh stranakh gosudarstvennogo sof'syalyzma / O. Kutsenko // Postkommunistycheskye transformatsyy: vektory, yzmereniya, soderzhan'ye. – Kharkiv, 2004. – С. 26–27.]

8. Куценко О. Расходящиеся общества: особенности системной трансформации в России и Украине / О. Куценко // Мир России. – Москва, 2006. – Т. XV. – № 3. – С. 43–61. [Kutsenko O. Raskhodiaschiesya obshchestva: osobennosti systemnoi transformatsiyi v Rossyyi y Ukrainy / O. Kutsenko // Myr Rossyy. – Moskva, 2006. – Т. XV. – № 3. – С. 43–61.]

9. Куценко О. К исследованию закономерностей постсоциалистических трансформаций в Восточной Европе / О. Куценко // Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. – Вид.-пол. центр "Київський університет", 2010. – Вип. 1–2. – С. 10–17. [Kutsenko O. K yssledovaniyu zakonomernoste' postsotsyalistycheskykh transformatsiy v Vostochnoi Evrope / O. Kutsenko // Visnyk KNU im. Tarasa Shevchenka. – Vyd.-pol. tsentr "Kyiv'skyi universytet", 2010. – № 1–2. – С. 10–17.]

10. Миронович Д. Религиозный капитал и религиозное участие в странах новой восточной Европы / Д. Миронович, Е. Решетняк, С. Сальникова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Соціологія. – 2013. – № 1 (4). – С. 16–27. [Myronovych D., Relyhoznyi kapytal y relyhoznoe uchastye v stranakh novoi vostochnoi Evropy / D. Myronovych, E. Reshetniak, S. Sal'nykova // Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu imeni Tarasa Shevchenka: Sof'siolohiia, 2013. – № 1 (4). – С. 16–27.]

11. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф.Фукуяма; Пер. с англ. – М.: ООО "Издательство АСТ": ЗАО НПП "Ермак", 2004. – 730 с. [Fukuyama F. Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity / F. Fukuyama; per. s anhl. – М.: ООО "Yzdatel'stvo AST": ZAO NPP "Ermak", 2004. – 730 s.]

12. Hellman J.S. Measuring Governance, Corruption and State Capture. How Firms and Bureaucrats Shape the Business Environment in Transition Economics / J.S. Hellman, J.Geraint, D. Kaufman D., M. Schankerman // World Bank Policy Research. – Paper 2312, 2000, April.

13. Putnam R. D. Bowling Alone: America's declining social capital / R. D. Putnam // Journal of Democracy 6:1, Jan 1995. – P. 65–78.

14. Eyal G. Making Capitalism without Capitalists / G. Eyal, I. Szelenyi, E. Townsley. – London, N.Y.: Verso, 1998. – 280 p.

15. Довіра українців до соціальних інституцій [Електронний ресурс] / Київський міжнародний інститут соціології, 2012. – Доступно на: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=81>. [Dovira ukrainiv do sotsial'nykh instytutsii [Elektronnyi resurs] / Kyiv'skyi mizhnarodnyi instytut sof'siolohii, 2012. – Dostupno na: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=81>.]

Надішла до редакції 30.10.13

S. Salmikova, PhD, Assoc. Prof.,

Department of Sociology and Social Work, Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk, Ukraine

### "POSITIVE" TRANSFORMATION OR TENDENCY OF UNCERTAINTY: COMPARATIVE ANALYZE OF UKRAINIAN SOCIETY IN EUROPEAN CONTEXT

*Development of society is defined of technology progress, qualitative of social capital. The base of social capital is civil society with mechanisms of self-regulation, social trust, value-normative and institutional uncertainty. There is a possibility to decide of dilemma by analyzes of mechanics those factors: Ukrainian society is characterized by "positive" transformation or tendency of uncertainty. The first factor: the weak technological development before political changes in Ukraine, the lack of government programs and domestic developments and own production in high technology, the economic unattractiveness for big business don't give possibility talking about sustainable development in the areas of technological and environment-friendly restructuring. Second factor, evaluating of potential Ukrainian society as civil was revealed the following: (1) there are no reasons to assert about the division of power by the inclusion of civil society in the governance structure because mechanisms of normative regulation, including self-regulation, are very weak – the low level of public activity and participation in non-institutional organizations and associations, in addition (2) low indicators of trust to defining public and political institutions, which are constantly the worst indicators among the Europe countries, and the lack of positive changes moral and legal system heighten the institutional uncertainty. Despite an insignificant increase of cross-national indices, Ukrainian society is still in a state of uncertainty; there is no one or two dominant factors, which can accelerate the pace of transformation, the contrary, their the close relationship delays positive changes. The question of motive power remains open.*

**Key words:** social transformation, tendency of uncertainty, social trust, institutionalization, social capital.

С. Сальникова, канд. социол. наук, доц.

Институт социальных наук, Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинской, Луцк, Украина

### "ПОЗИТИВНАЯ" ТРАНСФОРМАЦИЯ ИЛИ ТЕНДЕНЦИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УКРАИНСКОГО ОБЩЕСТВА В ЕВРОПЕЙСКОМ КОНТЕКСТЕ

*Какие тенденции доминируют в развитии современного украинского общества – «позитивная» трансформация или тенденция неопределенности? Анализ динамики факторов технологического прогресса, качества социального капитала дает возможность дать ответ на поставленный вопрос. Данные факторы составляют основу гражданского общества, зрелость которого – в наличии механизмов саморегуляции, социального доверия, ценностно-нормативной и институциональной определенности.*

*Итак, по первому фактору: слабая технологическая развитость до начала политических изменений в Украине, отсутствие государственных программ, экономическая непривлекательность для крупного бизнеса, очень мало отечественных разработок и собственного производства в сфере высоких технологий не дают возможности говорить о поступательном развитии в сферах технологической и экологической реструктуризации. По второму фактору, оценивание потенциала украинского общества как гражданского позволило выявить следующее: (1) нет оснований утверждать о разделе власти путем включения гражданского общества в структуру управления за слабости механизмов нормативной регуляции, в том числе и саморегуляции, – низкий уровень гражданской активности, участия в неинституциональных организациях и объединениях, кроме того (2) институциональная неопределенность усиливается стабильностью самых низких в Европе показателей доверия к определяющим государственно-политическим институтам, отсутствием положительных сдвигов морально-правовой сферы. Несмотря на незначительное увеличение общенациональных показателей, украинское общество все еще находится в состоянии неопределенности; здесь нельзя выделить один или два доминирующих фактора, способных ускорить темпы трансформации, наоборот, их тесная взаимосвязь скорее замедляет изменения. Вопрос движущей силы остается открытым.*

*Ключевые слова: социальная трансформация, тенденция неопределенности, социальное доверие, институционализация, социальный капитал.*

УДК 316.35 (55)

C. Weston, PhD student  
Warsaw School of Economics, Poland

### TRANSITION FROM THE SHAH TO SHIITE THEOCRACY, AND THE RISE OF THE PASDARAN AS A POLITICAL, MILITARY AND ECONOMIC INSTITUTION

*The aim of the paper is to examine the evolution of the Pasdaran (Sepah-e Pasdaran-e Enqelab-e Eslami or the "Islamic Revolutionary Guard Corps" but hereinafter referred to as "the Pasdaran") through its various guises as a military-economic-political institution arising from the Iranian Revolution of 1979. The analysis will incorporate the Conceptual Framework of Limited Access Order, as set out by Douglass North & others, and will examine the social and historic context in which the Pasdaran participated by reference to the primary social bodies that existed at the time of the Islamic Revolution and their bearing on the development of the Pasdaran as it acquired other characteristics above and beyond its military status. The Pasdaran has achieved an almost unique social-political-economic-military role in Iranian society as it has used its position to secure and maintain the extraction of rents that have placed it in a class of its own and defy meaningful comparison with other real world examples. It is estimated that the Pasdaran controls between 25-40% of Iran's GDP and controls 21% of the Tehran Stock Exchange's market value in sectors such as oil, petrochemicals, telecommunications, construction, mining and metals. Its proximity to the Supreme Leader and its presence in the Majles parliament also enables it to influence the course of Iran's political development for securing its wealth.*

*Key words: Iran, The Pasdaran, Institutions, Douglass North, Limited Access Order.*

#### Introduction

The aim of the paper is to examine the evolution of the Pasdaran (*Sepah-e Pasdaran-e Enqelab-e Eslami* or the "Islamic Revolutionary Guard Corps" but hereinafter referred to as "the Pasdaran") through its various guises as a military-economic-political institution arising from the Iranian Revolution of 1979. In the course of the paper, we will examine its rise to pre eminence as its role metamorphosed from a military force to taking on, in addition to this guise, economic and political characteristics, which have complemented each other.

The tools of the analysis will incorporate the following:

(i) The framework set out by Douglass North & others [North et al, 2009; North et al, 2012].

(ii) Looking at the social and historic context in which the Pasdaran participated by reference to the primary social bodies that existed at the time of the Islamic Revolution and their bearing on the development of the Pasdaran as it acquired other characteristics above and beyond its military status.

(iii) Employing various types of "lenses" – to adapt the optical related terminology. As an optician, in order to test vision and to view clearly objects either from afar or close up, the specialist will add and substitute various lenses in order to sharpen the picture which may otherwise appear "fuzzy". In the essay's context, we will look at other pertinent bodies ranging in time and places from revolutionary France to the Soviet Union/post 1991 Russia, China and others<sup>1</sup>. Undoubtedly there are pitfalls since it might be argued that no revolution can be identical in all respects but certain "paths" that could have been taken in the aftermath of the Islamic Revolution in 1979 and thereafter were not and those

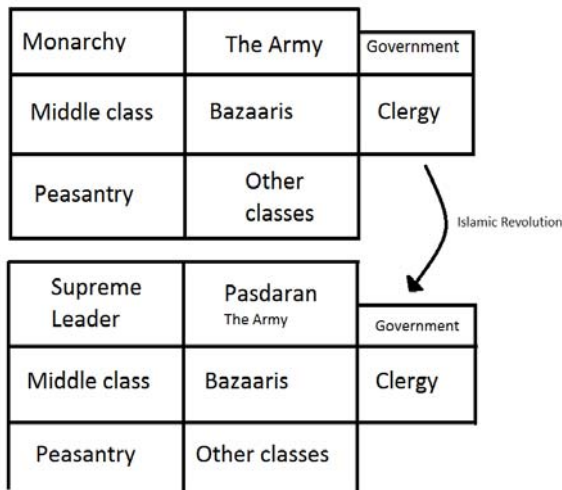
that were inevitably influenced to an extent how the Pasdaran has emerged in a form that is different from that which such bodies did in, say, Russia (ie the Red Army and state security) or China (ie the People's Liberation Army).

Furthermore in addition to North's framework encompassing Limited Access Order, a further issue arises in the context of the analysis herein: Do political orders create an economic order, or the converse? It might be argued that this is akin to the "chicken and egg" argument as to which comes first? This is of relevance to Iran in that it could be debated, inter alia, that economic issues led to the downfall of the Shah of Iran but that it was political choices made by him that led to both political and economic changes that contributed to the collapse of the Pahlavi dynasty. This also impinged on the development of the Pasdaran.

North et al state [North, 2012: p5-9]: "Creation and structuring of rents are the heart of the logic of limited access". In the course of several case studies, the authors examine how a number of different states address how rents are employed – in instances as an incentive to reduce violence and ensure co ordination between sections of the ruling elite. In extreme cases, eg the Congo [North et al, 2012: chapter 3], rents may create incentives to engage in violence. The concept of rents is important in the context of this case study as threats to rents derived by the clergy and bazaaris (the merchant class) would lead to the downfall of the Shah. But the primary thrust of the essay is how the Pasdaran sought to exploit its position as an armed body to secure and then enhance its economic position as a recipient of rents by increasing its political representation.

The structure of Iranian society prior to and post Iranian Revolution

The diagram is a very slimmed down/simplified version of the extended social structure. In short, the monarchy was the primary governing institution. The Pahlavi dynasty had sprung from the Army<sup>2</sup>. The Army was the Shah's primary institution although not necessarily for coercion as this function was fulfilled by SAVAK, the secret police. The Shah appointed the Army's senior officers and he invested considerable money in its upkeep and modernization<sup>3</sup>. The government served at the pleasure of the Shah and its pictured semi detachment reflects the Shah's employment of it as a transmission belt for his whims and commands.



The Monarchy and the Army derived support and their "raison d'être" from the middle class, the bazaaris (the merchant class) and the clergy. It should not be forgotten that the Shah regained his throne in 1953 with the assistance, not just of the joint covert activities of the CIA/MI6, but particularly through the bazaaris and clergy, who feeling threatened by the possible instability (both personal, business and political) engendered by the then Prime Minister Mossadegh, chose to ally with the Army to return the Shah to power [Kinzer, 2003].

It was the decision by the Shah to pursue the "White Revolution" in the 1960s which was to alienate the two all important "constituencies" of the bazaaris and the clergy which would contribute to the Shah's downfall. A key facet of the Shah's "revolution from above" affected landowners by seeking to promote land reform and thus the Shah sought to appeal directly to the peasant class<sup>4</sup>. Similarly, efforts to improve the status of women, education etc engendered an adverse reaction from the Shiite clergy who felt their status in influencing family life to be threatened. The industrial policies also led to migration of the peasantry to cities where the combined effects of alienation and urbanization would lead to enhanced strength of trade unions and the Tudeh Communist Party – both opponents of the Shah's regime.

Where was the Army?

It still remains unclear why the Army did not take a more prominent role in the unfolding events in late 1978 to 1979. After all, it was officered by an elite with a vested interest in maintaining, if not the Shah, then an orderly takeover rather than a "vacuum" that might be filled by say, armed groups. The rank & file drawn from the peasantry and other social groups were undoubtedly sympathetic to the aims of the revolution. A further element was the confusion and rivalry in Washington, as the major supplier and trainer of the Iranian Army, agonized over whether to back a military coup or not<sup>5</sup> [Crist, 2012: p. 21-4]. Hesitancy by both the senior officers of

the Army and Washington would lead to vacillation and "sitting on the fence" as events took their course.

The Army's inaction would give the new leaders cause for concern. In the French Revolution, the old royal army was "acquired" by the Revolution who infused its ranks with peasants and town dwellers and only confirmed royalist officers removed. Following the Bolshevik Revolution, the remnants of the Tsarist Army were merged with Red Guards and other armed formations and its offices were closely supervised and monitored by political commissars. Neither model was adopted in Iran. Instead, the Pasdaran was formed as a separate fighting force adjacent to the Army.

It is possible to argue that the Army was viewed as a "special asset" by virtue of its ties to both the Shah and the US but that rather than being "written off", it was placed to one side while immense resources and personnel were injected into the new body, the Pasdaran, which gained further prestige for its involvement in the Iran-Iraq War of 1980-88.

Another related argument was the dilemma created by "principal-agent" theory in that the costs of supervision say, by adopting a "political commissar" system but this time with clergy in the role, would be too considerable. It would require a significant diversion of clerical resources to the armed forces to ensure a level of supervision and control. With the clergy itself not representing a uniform grouping – due to loyalties to different Ayatollahs not all of who agreed with Khomeini's vision<sup>6</sup>, this may have appeared an insurmountable problem. A further factor may also have been concern by the clergy of foregoing rents that were to be derived by their new found status for the less than financially rewarding rigours of military life. North has noted that "organized religion generates important rents" [North et al, 2009: p39].

Transaction cost economics might therefore suggest that the costs of seeking this "off the shelf" existing solution to protecting the "fruits of the Revolution" through supervision, surveillance and ongoing monitoring more than outweighed the separate cost of recruiting an unit that was wholly subservient to the aims of the ruling clerical clique. Besides, the fact that the Army had not suppressed the revolution by indiscriminately firing on its people also weighed on the minds of the clergy – the Army might not choose to fire on the people if ordered to do so by the new power authority. The Pasdaran, by virtue of it owing its existence solely to the new regime, would not be susceptible to such scruples. That said, the new regime would also not want to incur the potential costs of disbanding the Army – thereby releasing its officers and men on to the streets and creating a wellspring of discontent<sup>7</sup>. Far better would be to retain while seeking a more ideologically pliant armed body. The Regular Army would still be of use in the context of defending against an external threat – which duly arrived in the form of Iraq's invasion in 1980.

The Pasdaran's growing role

The Pasdaran's role was embodied in Iran's new constitution<sup>8</sup> and was defined as "guardian of the revolution". This was of particular relevance as it created a body that rather than being "of the state" served in a "supra" state role. The distinction should not be underestimated – the Pasdaran did not serve the state per se, but the revolution and its leadership. It thus floated above the ordinary rights and obligations of the state and its people.

Its status and prestige would enable it to undergo further transmutations from an armed force to a conglomerate encompassing both economic and political characteristics. Its basis and source of power was derived from the Supreme Leader<sup>9</sup>. Khomeini, the Supreme Leader from 1979 to 1989, himself derived his power & authority from being a long-standing critic of the Shah from the days of the "White Revolution" but was not viewed by his clerical colleagues as the

pre eminent Senior Ayatollah. For Khomeini, the Pasdaran constituted a "blunt instrument" in ensuring both his ascent to, and consolidation of, power, – from the suppression of Kurdish separatists to the elimination of the Tudeh Communist Party<sup>10</sup> and other liberal/secular opponents.

The Pasdaran was also to be employed to secure the passing of power after Khomeini's death to Khamenei, whose authority stemmed solely from Khomeini's anointment as his successor and who possessed even less religious standing amongst the senior clergy<sup>11</sup>. The Pasdaran served in the capacity akin to the "Praetorian Guard" – indeed its central relevance to politics raises the obvious analogy with Ancient Rome, whereby it will involve itself in the appointment of the successor to Khamenei. For example, it stated that it would not accept a President other than Ahmadinejad in the contested elections of 2009. A further example was the issuance of an open letter by 24 Pasdaran commanders to the then President Khatami (the reformist predecessor of Ahmadinejad) threatening him with action if he did not maintain stability and peace.

The Iran – Iraq war brought considerable kudos to the Pasdaran due its proclaimed reputation as a more vigorous fighting force than the Army. In military terms, given its reputed prowess and its closeness to the Supreme Leader, it was tasked with a number of important defence projects linked to the nuclear weapons and ballistic missile programmes. It should be noted that in both the Soviet Union and China, both programmes were the responsibility of the respective regular armed forces although both were subject to tight Communist Party control – a structure nonexistent in Iran. Thus, the Pasdaran became, in effect, the country's military-industrial complex – a position that further enhanced its power and prestige, and which later made it the target of western sanctions by association thereof.

The Pasdaran seeks rents from economic power and the Rise of a New Economic Class

The prominent political role (by virtue of its unaccountability to anyone but the Supreme Leader) would also lead it to exert an increasing influence in the economic sphere. Indeed, while as an instrument of state power it secured its share of rents from the country's oil revenues, it sought to augment this by other means although initially President Rafsanjani had awarded rent deriving activities in the aftermath of the Iran-Iraq war as a means to check the power of the Pasdaran. In this regard, he miscalculated. As North noted: "Economics is politics by other means"[North et al, 2009: p. 42]. This would bring the Pasdaran into conflict with the bazaaris.

The rise of the economic power of the Pasdaran served to curtail the ability of the bazaaris to generate rents over and above their own quasi monopolistic activities. Thus, the bazaaris' influence and status (both political and economic) would be commensurately diminished.

North quotes Earle: "Economic power is based on the ability to restrict access to key productive resources or consumptive goods...Control over exchange permits the extension of economic control over broader regions...(and) creates the basis of political power"<sup>12</sup> [North et al, 2009: p. 53].

For example<sup>13</sup>, the Pasdaran is heavily involved with Khatam – al – Anbia (Ghorb), which is its engineering wing and which employs over 25,000 employees. This company is, inter alia, currently developing Iran's South Pars gas field, reputedly the second largest in the world and adjacent to Qatar's own major gas field. Other entities with close Pasdaran connections are:

1. Bahman Group – 45 % owned by IRGC and which operates a Mazda assembly line.
2. Bank Melli and subsidized mortgage lending (through bonyads – see below).
3. The Pasdaran also control shipping lines, airlines,

transport and other companies in multiple sectors of the economy, including construction, gas pipelines & public works.

In addition, a further source of economic power is provided by foundations called "bonyads". These are often a continuation of the informal and extralegal economic networks from the reign of the Shah. Two important bonyads, which, while not directly controlled by the Pasdaran, are indirectly influenced by it, are:

a) Bonyad Mostazafan (Foundation of the Oppressed). This is headed by Mohammad Forouzandeh, a former Pasdaran official. It is the largest bonyad with an estimated net worth of over US \$ 3 billion. It has reportedly 200,000 employees and 350 affiliated companies. Its largest subsidiary is the Agricultural and Food Industries Organisation, which owns more than 115 additional entities. Some reports have alleged it facilitated the development of pseudosecret organisations, such as the Nur Foundation, which was established in 1999 to import sugar, construction materials and pharmaceuticals<sup>14</sup>.

b) Bonyad Shahid va Omur – e Janbazan (Foundation of Martyrs and Veterans' Affairs). Former Pasdaran Air Force commander, Hossein Dhghan, acts as President and Director of this bonyad. It is also involved in business areas similar to Bonyad Mostazafan.

It is estimated that the Pasdaran controls between 25-40% of Iran's GDP compared with just 5% in 1989. It controls 21% of the Tehran Stock Exchange's market value in sectors such as oil, petrochemicals, telecommunications, construction, mining and metals<sup>15</sup>.

An example of the Pasdaran employing military force to secure rents to bolster its economic power arose in May 2004 when it ejected a Turkish company from administering the newly built Imam Khomeini International Airport. A Pasdaran entity had lost the tender process but decided to "amend" the decision by force. It was also believed that the Pasdaran wanted to take advantage of the airport for its own black market/smuggling operations.

A further source of rents for the Pasdaran is its control of secret jetties for the importation of illegal goods, including consumer goods, upon which not import taxes are paid, for eventual resale. A member of the Majles (the Iranian parliament) estimated that the Pasdaran's black market operations amounted to \$ 12 billion per annum.

A more contentious source of rents is the Pasdaran's involvement in the illicit drugs trade.

The Pasdaran's position in the economy as well as its approach to securing such a role is worthy of note by comparison with other "similar" bodies. For example, the Chinese People's Liberation Army's (PLA) close involvement in building business entities [Cheung, 2001] – examples abound in the construction & telecoms sectors. For example, Huawei and ZTE were founded, funded and otherwise developed by military structures. Indeed the PLA's business and economic ambitions were to so alarm the supposed primary institution, the Communist Party, that the then President Jemin issued a formal order banning the military from engaging in business activities.

Another source of reference is the rise of the "entrepreneurial chekists" under Putin's term of office with ex KGB and FSB officers in command of numerous businesses, which generate significant rents, and the FSB earning "protection money" from organised crime gangs<sup>16</sup>. That said, the FSB is not the significant armed force that the Pasdaran is and it is the Kremlin which ensures political control using the FSB among other instruments available.

An interesting aspect of the Pasdaran's role in both the military and economic spheres is demonstrated by its public pronouncements in times of heightened regional tensions. Its commanders are prone to issue warnings and



threats, such as emphasising its ability to close the strategically important Straits of Hormuz through which a significant share of the world's oil is shipped. The reactions to such "war talk" or "bluster", are reflected in increased oil prices, which lead to higher revenues and the Pasdaran's share of increased rents arising. It thus has a "vested interest" in issuing such "threats with menaces". This also leads to requiring further resources for the military-industrial complex in times of increased tension from which rents can also be extracted.

The sanctions regime also directly benefit the Pasdaran as it derives rents from the restrictions on imports through charging excessive mark-ups and avoidance of taxes<sup>17</sup>. A removal of sanctions (aside from restrictions on arms related technology) and accession to world trade bodies might actually serve to reduce the Pasdaran's rent generating ability.

The growing political influence of the Pasdaran

The final aspect of Pasdaran's burgeoning role was its move to secure political influence in the Majles and major positions of influence throughout government, foreign service, diplomatic posts and other state organs. In 2009, it was estimated that the Pasdaran connected individuals occupied 80 seats out of 290 in the Majles and accounted for 7 out of the 21 cabinet in the Ahmadinejad administration [Ottolenghi, 2011:p29-30; and Wehrey et al, 2009:p77-80].

It might be argued that the Pakistan military exhibits similar traits but this is debateable. Its military reputation falls far short of the Pasdaran – it lost in several wars and armed confrontations with the Indian army. While it has significant economic interests [Siddiqi, 2007], it prefers to wield political power directly (through military dictatorship as under Zia) or indirectly through threats to politicians rather than directly involve itself in parliament.

The Pasdaran's rise as a political class and power group, in addition to its economic power, would lead foreign observers to refer to a "creeping coup" in Iran. This rise was assisted by the Supreme Leader as a means of securing his position from rival centres of power: the clergy (notwithstanding the Supreme Leader was a clerical figure); the bazaar class, by securing significant economic & political advantages; and the Army – all historic threats to the authority of Iran's rulers.

#### Conclusion

North et al state [North et al, 2009: p. 150-181; North et al, 2012: p17-19] that there are three door stop conditions for a transition from a limited access order to an open access order:

- (i) Existence of perpetual organizations
- (ii) Rules for the elite
- (iii) Civilian control of the military.

With respect to (i), these would appear to be non existent in Iran. The Church represents less an organized body that a disparate grouping of fiefdoms with a "vested interest" in maintaining the present arrangements.<sup>18</sup> With respect to (ii), these are also in doubt. While there are regular elections<sup>19</sup>, these are subject to rigging (as in the 2009 Presidential election), candidates are screened and selected by unelected bodies, the Supreme Leader is not open to political challenge and presides over an apparatus that employs his own definition of God's will and religion to coerce segments of the population, and the press is censored. Indeed, the contested 2009 election and subsequent demonstrations would also see the children of the elites beaten, brutalized, arrested and, in certain cases, murdered in the resulting clampdown. Members of the elite would also be subject to house arrest. Furthermore, there appears to be an absence of an open, transparent mechanism for resolving property issues. While private property is permitted under the Constitution, it can be "trumped" by Article 150 in respect of the Pasdaran's role.

Also what happens if there is a struggle between different factions of the Pasdaran over rent extraction? How would such disputes be resolved?

With respect to (iii), all armed forces are subject to the whim of the Supreme Leader and the Pasdaran, due to its constitutional position and accountability solely to the Supreme Leader (itself an unelected position) is far removed from any substantive control & supervision.

Indeed, the Islamic Revolution can be viewed negatively in that it has been almost wholly regressive (and retrogressive) in its nature with human (and particularly, female) rights heavily circumscribed. The Limited Access Order has retrenched and solidified.

The Pasdaran has achieved an almost unique social-political-economic-military role in Iranian society as it has used its position to secure and maintain the extraction of rents that have placed it in a class of its own and defy meaningful comparison with other real world examples.

That said, it is not a monolithic structure and both the political and economic faces of the Pasdaran may yet lead to circumstances where elite members seek to secure their wealth by pursuing rules and creating perpetual organizations as tools towards this end. (A countervailing argument is that its involvement in military-industrial complex might lead to continuing with practices to secure every greater rent extraction or maintain the "status quo"). Its proximity to the Supreme Leader and its presence in the Majles may also enable it to influence the course of Iran's political development for securing its wealth.

#### Notes

<sup>1</sup> In essence, a "stripped down", or minimalist, version of historical institutionalism, as employed by Barrington Moore, and Skocpol – see "Bibliography".

<sup>2</sup> The Shah's father was Reza Khan Pahlavi who came to the throne through means of a military coup in 1923.

<sup>3</sup> One estimate is over US \$ 8 billion after the 1973 oil price increase

<sup>4</sup> See North et al, 2012, p298-299 re success of land reform in S Korea in late 1940s and 1950s. Did the Shah seek to imitate but failed due to "vested interests" of the clergy and bazaaris?

<sup>5</sup> One could also draw comparisons with more recent events in Egypt when the Army did intervene on two separate occasions but then President Mubarak owed his status to the Army although he had forgotten it while the Iranian Army owed its status to the Shah.

<sup>6</sup> See Pollack, 2005: p144: "Many of the clergy, including Iran's senior-most ayatollahs – the marjas Shariatmadari, Golpaygani and Najafi-Mar'ashi – thought his ideas virtually sacrilegious and his methods extraordinarily dangerous".

<sup>7</sup> As the US was to discover to its cost when it disbanded the Iraqi army in 2003. Another feature not dwelled on in this paper was the creation of the mass *Basij* militia which served as a conscript body answerable to the Pasdaran. Thus, the Regular Army was "sandwiched" between these two military bodies loyal to the revolution.

<sup>8</sup> As defined in Article 150 of the 1979 Constitution.

<sup>9</sup> This is *velayat-e faqih* – the rule of the jurisprudent.

<sup>10</sup> The author recalls reading about the suppression of Tudeh in the foreign news columns of "The Daily Telegraph" between late 1979-1981. The Tudeh was in the time of the Shah one of the world's largest communist parties outside the USSR & China.

<sup>11</sup> In fact, Grand Ayatollah Ali Montazeri was designated successor but was removed due to his objections over mass executions and doubts concerning the concept of *velayat-e faqih*. North discussed principal-agent problem of Pope and medieval church in terms that appear relevant to the situation in Iran. See North et al, 2009: p161 note 7.

<sup>12</sup> I have slightly amended order of sentences but without changing the overall meaning.

<sup>13</sup> See Ottolenghi, 2011: p41-48; and Wehrey et al, 2009:p55-75, for extensive coverage of Pasdaran's business interests. According to "Wall Street Journal", *Oil Companies Facing Challenge in Iran*, 27 May 2014, Khatam has 40,000 employees. Companies controlled by Khatam were awarded a

large part of US\$ 21 billion in contracts in the giant South Pars gas field after 2010 and currently aiming to secure a further US\$ 5 billion from the Iranian government for building petrochemical facilities and liquefied natural gas plants.

<sup>14</sup> The bonyad also owns "ZamZam" – Iran's "coca cola" drink with 40% market share [Ottolenghi, 2011:p44].

<sup>15</sup> See "Wall Street Journal", *The Ayatollah's Sketchy Prospects*, 28 May 2014. The Pasdaran fully controls 28 publicly traded companies, including Telecommunications Company of Iran, Ansar Bank and Toos Gostar Urban Development.

<sup>16</sup> Harding, 2012: p241: "FSB even protecting the Solntsevo Brotherhood, Moscow's top organised crime gang."

<sup>17</sup> "International Herald Tribune", *For Iran's sick, sanctions turn lethal as drugs vanish*, 3-4 November 2012.

<sup>18</sup> The contrast with Ayatollah Sistani in Iraq could not be starker – he consistently supported a division between state and religion – anathema to a significant proportion of the Iranian clergy.

<sup>19</sup> North et al, 2009:p140: "...all have elections, but these elections do not make them open access orders".

#### References

1. Barrington Moore J.R. Social origins of Dictatorship and Democracy. – L.: Penguin, UK, 1977.

2. Cheung T.M. China's Entrepreneurial Army. – Oxford: Oxford University Press, UK, 2001.

3. Coughlin C. Khomeini's Ghost. – L.: Macmillan, UK, 2008.

4. Crist D. The Twilight War. – N.Y.: Penguin Press, USA, 2012.

5. Harding L. Mafia State. – L.: Guardian Books, UK, 2012.

6. For Iran's sick, sanctions turn lethal as drugs vanish // International Herald Tribune. – No. 3-4. – November 2012.

7. Kinzer S. All the Shah's Men. – N.Y.: Wiley, USA, 2003.

8. North D.C. Institutions, Institutional Change & Economic Performance. – Cambridge: Cambridge University Press, 2009 (originally 1990).

9. North D.C. Violence and Social Orders. – CUP, 2009.

10. North D.C. In the Shadow of Violence. – CUP, 2012.

11. Ottolenghi E. The Pasdaran: Inside Iran's Revolutionary Guard Corps. – FDD, USA, 2011.

12. Pollack K.M. The Persian Puzzle. – N.Y.: Random House, US, 2005.

13. Siddiq A. Military Inc: Inside Pakistan's Military Economy. – L.: Pluto Press, 2007.

14. Skocpol T. States & Social Revolutions: A Comparative Analysis of France, Russia & China. – CUP, 1979.

15. Taheri A. The Persian Night: Iran under the Khomeinist Revolution. – Encounter Books, 2009.

16. The Ayatollah's Sketchy Prospects // Wall Street Journal. – 28 May 2014.

17. Oil Companies Facing Challenge in Iran // Wall Street Journal. – 28 May 2014.

18. Wehrey F. The Rise of the Pasdaran, RAND, USA, 2009. [Електронний ресурс]. URL: [http://www.rand.org/pubs/monographs/2008/RAND\\_MG821.pdf](http://www.rand.org/pubs/monographs/2008/RAND_MG821.pdf).

Надійшла до редакції 16.11.13

К. Уестон, асп.

Варшавська школа економіки, Варшава, Польща

### ПЕРЕХІД ВІД ШАХСЬКОЇ ДО ШИЇТСЬКОЇ ТЕОКРАТІЇ І ПІДНЕСЕННЯ ПАСДАРАНУ ЯК ПОЛІТИЧНОГО, ВІЙСЬКОВОГО ТА ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТИТУТУ

*Мета роботи полягає у вивченні еволюції Пасдаран (Sepah-e Pasdaran-e Enqelab-e Eslami або "Корпусу вартівих ісламської революції", надалі іменовані "Пасдаран") в його різних формах як військово-економіко-політичного інституту, що походить з іранської революції 1979 року. Аналіз буде включати в себе концептуальні рамки порядку обмеженого доступу, запропоновані Дугласом Норттом та іншими, і охоплює соціальний та історичний контекст, в якому Пасдаран брав участь у взаємодії з основними соціальними органами, які існували під час Ісламської революції, та їх вплив на розвиток Пасдаран в міру набуття їм характеристик військового статусу. Пасдаран домогся майже унікальною соціально-політико-економіко-військовою ролі в іранському суспільстві, використовуючи своє становище для забезпечення і підтримки отримання ренти, що зробило його явищем особливого роду і ускладнювало значуще порівняння з іншими реальними прикладами в світі. Вагається, що Пасдаран контролює приблизно 25-40% ВВП Ірану і 21% від ринкової вартості Тегеранської біржі в таких секторах, як нафта, нафтохімія, телекомунікації, будівництво, гірничодобувна і металургійна промисловість. Його близькість до верховного лідера і його присутність у парламенті також дозволяє йому впливати на хід іранської політичного розвитку для забезпечення його багатства.*

*Ключові слова:* Іран, Пасдаран, інститути, Дуглас Норт, порядок обмеженого доступу.

К. Уестон, асп.

Варшавська школа економіки, Варшава, Польща

### ПЕРЕХОД ОТ ШАХСКОЙ К ШИИТСКОЙ ТЕОКРАТИИ И ПОДЪЕМ ПАСДАРАНУ КАК ПОЛИТИЧЕСКОГО, ВОЕННОГО И ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

*Цель работы заключается в изучении эволюции Пасдаран (Sepah-e Pasdaran-e Enqelab-e Eslami или "Корпуса стражей исламской революции", в дальнейшем именуемые "Пасдаран") в его различных формах как военно-экономико-политического института, происходящего из иранской революции 1979 года. Анализ будет включать в себя концептуальные рамки порядка ограниченного доступа, предложенные Дугласом Норттом и другие, и охватывает социальный и исторический контекст, в котором Пасдаран участвовал во взаимодействии с основными социальными органами, существовавшим во время Исламской революции, и их влияние на развитие Пасдарана по мере приобретения им характеристик военного статуса. Пасдаран добился почти уникальной социально-политико-экономико-военной роли в иранском обществе, используя свое положение для обеспечения и поддержания извлечения ренты, что сделало его явлением особого рода и затрудняло значимое сравнение с другими реальными примерами в мире. Считается, что Пасдаран контролирует приблизительно 25-40% ВВП Ирана и 21% от рыночной стоимости Тегеранской биржи в таких секторах, как нефть, нефтехимия, телекоммуникации, строительство, горнодобывающая и металлургическая промышленность. Его близость к верховному лидеру и его присутствие в парламенте также позволяет ему влиять на ход иранской политического развития для обеспечения его богатства.*

*Ключевые слова:* Иран, Пасдаран, институты, Дуглас Норт, порядок ограниченного доступа.



## СОЦІОСТРУКТУРНІ ПРОЦЕСИ

УДК 316.34

І. Локтєва, асп.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ТА ДОСВІД ВИМІРЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ВІДТОРГНЕННЯ

*Стаття присвячена концептуалізації та досвіду вимірювання соціального відторгнення. У роботі розглянуто приклади застосування концепту в зарубіжних та вітчизняних емпіричних дослідженнях. Встановлено, що зарубіжними та вітчизняними дослідниками накопичений суттєвий досвід вимірювання соціального відторгнення на основі якого пропонуються можливі способи його концептуалізації. Виділена структура концепту, його виміри та ознаки (атрибути). З'ясовано, що концепт має складну структуру, яка включає дистрибутивні (економіко-структурні) та реляційні (соціокультурні) виміри, що дає змогу розширити набір показників для аналізу рівня благополуччя людей. Соціальне відторгнення можна розглядати як властивість, що притаманна індивіду, домогосподарству або соціальній групі. Для цієї властивості характерними є наступні атрибути: перекриття доступу до необхідних ресурсів або соціальних благ; неспроможність брати участь у соціальній активності, що вважається нормальною та є доступною для більшої частини населення; неспроможність будувати значимі соціальні відносини з іншими. Встановлено, що способи концептуалізації та вимірювання залежать від умов та життєвих стандартів суспільства, що вивчається.*

**Ключові слова:** соціальне відторгнення, вимірювання, концептуалізація

Концепт соціального відторгнення (social exclusion) розвивався разом з ідеями забезпечення соціальних прав людей та підвищення їх добробуту і його виникнення пов'язано з переосмисленням джерел добробуту людей.

Соціальне відторгнення стало предметом обговорення у соціальній політиці в 1960-х роках у Франції. Термін використовували для позначення соціально незахищених категорій населення до яких належали: люди з обмеженими можливостями, розумовими або фізичними вадами, діти що зазнали насильства, інваліди, наркомани, злочинці, батькі-одинаки, маргінали, асоціальні особи та інші "соціальні ізгої" [Silver, 1994: р. 532]. Використання концепту пройшло шлях від застосування його для характеристики маргінальних неблагополучних груп, до розуміння того, що в ролі соціально відторгнутих можуть опинитись і цілком благополучні громадяни.

Методи ідентифікації бідності, що використовуються для оцінки матеріального добробуту та ґрунтуються на основі співставлення грошового доходу із прожитковим мінімумом, можуть неповною мірою відображати рівень благополуччя людей. При використанні концепту соціального відторгнення увага дослідника концентрується не тільки на доходах і мінімумі споживання, але і на інших основних ресурсах соціальної інтеграції індивідів – здоров'ї, освіті, оплачуваній праці, наявній мережі соціальних контактів тощо. З точки зору концепту соціального відторгнення, причини зниження благополуччя людей переносяться за межі виключно економічних понять та концепту бідності.

За останні роки з'явилося велика кількість робіт і досліджень, що присвячені вивченню соціального відторгнення та ґрунтуються на різних підходах до його концептуалізації (Burchardt T, H. Silver, A. Sen, B. Хмелько, С. Оксамитна, Н. Толстих, Е. Лібанова). Концепт активно використовується у плануванні та вивченні соціальної політики країн Європейського Союзу, а в останнє десятиліття концепт соціального відторгнення впроваджено в дослідження країн пострадянського простору.

Концепт соціального відторгнення має певні особливості інтерпретації, зумовлені його залежністю від контексту та від місця проведення дослідження [Silver, 1994: р. 536]. Він має стійку структуру, спираючись на яку дослідники операционалізують його узгоджуючи системи показників з рівнем життя, економічними, політичними та культурними особливостями країни в якій проходить дослідження. Для адекватного використання концепту в емпіричних соціологічних дослідженнях або заходах соціальної політики необхідно розуміти його сутність та структуру.

**Метою** статті є визначення структури концепту, способів його концептуалізації та компонентів концепту. Вивчення досвіду концептуалізації та прикладів вимірювання соціального відторгнення дасть змогу всебічно розглянути структуру досліджуваного концепту. Адекватна до українських умов вимірювальна схема дозволить визначити критерії ідентифікації соціально відторгнутих груп в українському суспільстві для її використання у розробці заходів соціальної політики.

Для досягнення поставленої мети спершу дамо визначення концепту соціального відторгнення, встановимо його ознаки (атрибути), виділимо компоненти (виміри – dimensions) та розглянемо приклади вимірювання соціального відторгнення.

Ідея, що лежить в основі концепту не є новою і прослідковується ще у М. Вебера у його концепції статусних груп і соціальної замкненості (social closure). Послідовник М. Вебера – Ф. Паркін вважав, що соціальна замкненість є колективною дією, яка спрямована на покращення позиції та життєвих шансів однієї групи через підкорення іншої групи [Hills et al., 2002: р. 3]. Вважається, що соціальне відторгнення – це інший погляд на соціальну стратифікацію у суспільстві, перехід від вертикальної до умовно горизонтальної диференціації, поділ індивідів на "інсайдерів" та "аутсайдерів", тобто тих, хто цілковито перебуває в межах суспільства – мейнстрімі, і тих, хто поза ним (відторгнутий від нього) [Абрахамсон, 2001: с. 158].

Із концептом соціального відторгнення пов'язана властивість, що може бути притаманна окремому індивіду, домогосподарству або соціальній групі. В літературі існує значна кількість визначень цього концепту. У загальному сенсі соціальне відторгнення може бути описане як відгородження від будь якої з систем (соціальної, економічної, політичної або культурної), що перешкоджає суспільній інтеграції індивіда [Vugne, 2008: р. 2]. Воно проявляється як розрив соціальних зв'язків, зниження соціальної участі та солідарності, зменшення доступу до ресурсів. Як пише Х. Сільвер, на соціальному рівні, тобто на рівні суспільства як цілісної системи, соціальне відторгнення пов'язане із браком соціальної згуртованості та інтеграції. На індивідуальному рівні соціальне відторгнення пов'язане із неспроможністю індивіда брати участь у нормативно очікуваній соціальній активності та вибудувати значимі суспільні стосунки [Encyclopedia of Sociology, Silver, 2007: р. 4411].

Соціальне відторгнення включає в себе недостатність або перекриття доступу до ресурсів, соціальних прав, товарів, сервісів і нездатність брати участь в нор-

мальних соціальних відносинах та діяльності, що доступна для більшої частини населення в економічній, соціальній, культурній або політичній сферах. Все це впливає на якість життя індивідів та на рівність і згуртованість суспільства в цілому [Levitas, 2007: p. 86].

У наведених вище визначеннях мова йде про погіршення якості життя і виділяються кілька груп ознак, що притаманні соціальному відторгненню: перекриття доступу до необхідних ресурсів або соціальних благ; неспроможності брати участь у соціальній активності, що вважається нормальною та є доступною для більшої частини населення; неспроможність будувати значимі соціальні відносини з іншими.

Дослідники, як правило, виокремлюють два типи вимірів соціального відторгнення – дистрибутивні (distributional dimension) або економіко-структурні та реляційні (relational dimension) або соціокультурні. Виміри першого типу близькі до концептів бідності, матеріальної деградації. Ці виміри пов'язані із дистрибутивними аспектами соціального відторгнення: матеріальним благополуччям, низьким доходом, відсутністю доступу до необхідних суспільних благ, безробіттям, таким рівнем життя, що не відповідає стандартам у даному суспільстві тощо [Böhnke; p. 12; Jehoel-Gijsbers p. 17]. Другий тип – реляційний, включає: соціальну ізоляцію, відсутність політичної участі, неспроможність будувати значимі соціальні відносини та суб'єктивні оцінки відчуття самотності, апатії.

У світовій практиці концепт соціального відторгнення використовують як один з важливих інструментів оцінки соціальної політики. У 2001 році на Європейському саміті в Лакені (королівській резиденції під Брюсселем) були визначені статистичні індикатори "соціального включення", які мали дати можливість зіставляти прогрес країн-учасниць у досягненні цілей розвитку Європейського Союзу [Макарова, 2011: с. 57]. Лакенські індикатори, головним чином, мають відношення до бідності, нерівності доступу до ринку праці та містять показники низького рівня освіти та кваліфікації [Levitas, 2007: p. 33]. Такий спосіб вимірювання покриває лише дистрибутивні виміри соціального відторгнення. При цьому розроблені у конкретних країнах способи концептуалізації вимірів мають свої особливості та включають ряд відповідних соціокультурних показників.

Спирючись на досвід конкретних досліджень, що проводились у різних країнах світу та в Україні, розглянемо способи концептуалізації та вимірювання соціального відторгнення.

Вчені Нідерландського інституту соціальних досліджень концептуалізували соціальне відторгнення через два виміри дистрибутивного типу та два реляційних виміри. У теоретичній інтерпретації до дистрибутивного виміру увійшли матеріальна деградація (недостатність задоволення основних потреб, дефіцит матеріальних благ, наявності боргів та прострочених платежів) та недостатній доступ до базових соціальних благ (наявність перешкод для отримання доступу до: організації охорони здоров'я, освіти, правової допомоги, служби зайнятості, соціальної допомоги). До реляційних вимірів відносяться обмежена соціальна участь та брак нормативної інтеграції. Обмежена соціальна участь характеризує низький рівень участі у формальних і неформальних соціальних мережах, недостатню соціальну підтримку та соціальну ізоляцію. Брак нормативної інтеграції розглядається як зловживання системою соціального забезпечення, делінквентну поведінку, недотримання норм та виконання громадських обов'язків [Jehoel-Gijsbers, Vrooman, 2007: p. 17]. Така концептуалізація підкреслює не тільки брак доступу до ресурсів,

зниження якості соціальних зв'язків, але й виокремлює специфічний прояв соціального відторгнення – низьку ступінь регуляції поведінки індивіда з боку нормативно-ціннісної системи.

За такого підходу соціальне відторгнення розглядається як притаманна індивіду багатомірною (така, що включає чотири компоненти) властивість. Для кожного виміру сконструйовані окремі індекси, на основі яких побудований загальний індекс соціального відторгнення, що приймає значення з певного діапазону. Виділені чотири порогових значення індексу, що інтерпретуються як "трохи відторгнутий", "достатньо відторгнутий", "досить відторгнутий" та "дуже відторгнутий".

За результатами дослідження у Нідерландах, тільки 5% населення у віці 18 років та старше стикаються із значимим соціальним відторгненням. Зокрема, найбільше в Нідерландах потерпають від матеріальної депривації (22% населення). Недостатній доступ до базових соціальних благ відчувають 7% населення. В той же час через брак нормативної інтеграції відторгнення відчувають 10% нідерландців, а через обмежену соціальну участь – 15% [Jehoel-Gijsbers, Vrooman, 2012: p. 18].

Розглянемо ще один підхід до концептуалізації соціального відторгнення, який ґрунтується на іншому виокремленні вимірів концепту. Ця концептуалізація розроблена дослідниками Лондонської школи економіки і базується на визначенні соціального відторгнення як браку участі у ключових видах нормальної діяльності, що характерна для громадян даного суспільства [Jehoel-Gijsbers, Vrooman, 2012: p. 230]. Нормальна участь у суспільному житті характеризується п'ятьма типами активності: споживанням, можливістю заощаджувати, виробничою діяльністю, політичною активністю та соціальними відносинами. При цьому соціальне відторгнення характеризується недостатністю за кожним з цих п'яти типів активності. Для кожного типу активності до інструменту вимірювання включено окреме питання, що виступає дихотомічним індикатором відторгнення. Ступінь відторгнення визначається на основі значень цих індикаторів.

Більша частина вимірів концепту має дистрибутивний характер, а саме [Burchardt, 1999: p. 231]:

- *споживання (consumption)* інтерпретують, як можливість споживати принаймні деякий мінімальний набір товарів та послуг, що вважається нормальним для даного суспільства. Про соціальне відторгнення мова йде якщо дохід індивіда є меншим ніж половина середнього доходу у Великобританії.

- *можливість заощаджувати (savings activity)* розглядають як спроможність накопичувати фінансові збереження, наявність пенсійного забезпечення або володіння власністю. Вимірюється як наявність додаткового прибутку від інвестицій, наприклад банківського рахунку;

- *виробнича діяльність (production)* розглядається як залученість до суспільно значимої активності: оплачувана робота, самозайнятість, навчання, догляд за членами родини тощо. Про соціальну відторгненість мова йде якщо індивід є безробітним понад 6 місяців, вийшов на пенсію до настання пенсійного віку або є хронічно хворим (недієздатним)

До релятивних вимірів належать політична залученість та соціальна взаємодія.

- *політична залученість (political engagement)* – це можливість долучитися до прийняття рішень на локальному або національному рівнях: голосування у національних або місцевих виборах, членство в політичних партіях, трудових профспілках. Про соціальне відторгнення мова йде тоді, коли людина не голосувала на останніх виборах.

• *соціальна активність (social activity)* розглядається як значима взаємодія з сім'єю, друзями, наявність емоційної підтримки близьких, і можливість відчутти себе частиною більш широкої спільноти. Про соціальне відторгнення мова йде тоді, коли людина є соціально ізольованою і не має з ким поділитись своїми проблемами, отримати необхідну допомогу тощо.

На відміну від концептуалізації у дослідженні Нідерландського інституту соціальних досліджень британські дослідники окремо виділяють вимір політичної залученості індивіда та не розглядають вимір нормативної інтеграції. Зазначимо, що індикатори політичної участі були включені саме у вимір нормативної інтеграції в теоретичні моделі нідерландського дослідження.

За даними п'яти хвиль панельного дослідження британського домогосподарств (BHPS 1991–1995) менше 1% респондентів були відторгнуті за всіма п'ятьма вимірами як протягом року так і у наступні роки. Третині респондентів не було властиве соціальне відторгнення за жодним з вимірів протягом зазначеного періоду [Burchardt, 1999: р. 241]. Встановлено, що близько чверті респондентів було властиве відторгнення у дистрибутивних вимірах через низький рівень доходу та відсутності доходу від інвестицій (отримання відсотків від банківських вкладів тощо).

Виявлений також значущий кореляційний зв'язок між рівнем доходу та іншими різновидами соціальної участі [Burchardt, 1999: р. 238]. В той же час відторгнуті за недостатністю виробничої, політичної та соціальної активності не характеризувались найнижчим рівнем доходу [Burchardt, 1999: р. 241]. Іншими словами низький рівень доходу не обов'язковою причиною відторгнення. Відторгнення більшою мірою є наслідком неучасті у певних практиках соціокультурного характеру.

Подібну схему концептуалізації використали українські дослідники С. Оксамитна та В. Хмелько. На їх думку, соціальне відторгнення характеризується браком участі у таких сферах як споживання, оплачувана праця, освіта а також участі у певних формах соціальної взаємодії та підтримки. Аналіз соціального відторгнення здійснювали також на основі окремих показників за кожним виміром.

Нестача життєво важливих матеріальних ресурсів є, на думку дослідників, найважливішою причиною неучасті частини громадян України в основних видах активності, а брак грошей на харчування є найбільше вираженим серед усіх зазначених вище проявів соціального відторгнення [Оксамитна, Хмелько, 2004: с. 68-69]. Тому, С. Оксамитна та В. Хмелько використали на додаток до доходу меншого за половину медіанного у відповідному регіоні також показник, що відображає суб'єктивну оцінку власного матеріального стану (нестачу коштів на їжу), як більш адекватний в умовах України. Для вимірювання участі на ринку праці та наявності оплачуваної роботи використовувались статистичні показники рівня безробіття за методологією Міжнародної організації праці. Залученість до соціальних мереж вимірювалась за показником, який характеризував відсутність будь-якої необхідної допомоги від ближніх.

За даними Київського міжнародного інституту соціології частка домогосподарств, що зазначають недостатність коштів для придбання повсякденних продуктів харчування, зросла від 29% у 1994 році до 51% у 1998 році. Якщо скористатись іншим видом показника – доходом менше за половину медіанного у певному регіоні, то частка відторгнутих склала б 9% у 1994 році і 26% у 1998 році, тобто була б майже в два рази менше [Оксамитна, Хмелько, 2004: с. 72]. Це ще раз підтверджує залежність інтерпретації концепту та підбору показників

від рівня добробуту країни та її життєвих стандартів. В результаті аналізу залученості індивідів до соціальних взаємовідносин і підтримки автори дослідження дійшли до висновку що динаміку міжособистісного соціального відторгнення в Україні можна охарактеризувати як достатньо несприятливу [Оксамитна, Хмелько, 2004: с. 77]. Зокрема, респондентам опитування пропонувалося дати відповіді на питання "Коли Ви потрапляли в скрутне становище і хтось міг Вам допомогти, як часто Вам тоді допомагали?". У 1992 році серед міського дорослого населення 5.1% респондентів дали відповідь "ніколи", у 2002 році таку відповідь дали 9.8% дорослих чоловіків, а в 2003 році таких було 14.2% [Оксамитна, Хмелько, 2004: с. 75].

Підхід українських дослідників до виокремлення вимірів є схожим на британський. Але в той же час є відмінності в структурі концепту. Зокрема, відсутнім є вимір політичної участі, але додано вимір освіти.

Одне з перших досліджень соціального відторгнення в Росії було виконано Н.Тихоною, що першою використала соціальне відторгнення як інструментальне поняття для вивчення російської реальності. В цьому дослідженні при концептуалізації соціального відторгнення акцент був зроблений на понятті депривації, як набору позбавлень – реальних проявів нерівності в доступі до матеріальних і соціальних благ та дискримінації, як неспроможності в реалізації своїх прав у доступі до цих благ [Тихонова, 2003: с. 42]. Н.Тихоною розроблена система індикаторів, на основі яких сконструйований індекс соціального відторгнення – кумулятивний показник, що обчислюється як сума балів за сімома шкалами недостатності доступу до наступних благ: робота, здоров'я, освіта, культура, спілкування, соціальні мережі, автономія та житло. Політична участь як окремих вимір не розглядалася, оскільки можливість голосувати є доступним для більшості населення, що має прописку.

В ході дослідження було обстежено 105 задалегідь відібраних бідних домогосподарств, з яких 47 було властиве соціальне відторгнення. Н.Тихонова на основі аналізу ситуації в домогосподарствах виокремила характерні особливості даної групи домогосподарств та основні форми прояву соціального відторгнення. У багатьох інтерв'ю у відторгнутих домогосподарствах панувала думка про безвихідь положення, відчуття неможливості змінити своє становище, було відсутнім почуття, що справи в цілому вдаються [Тихонова, 2003: с. 50]. В рамках такого підходу вважається, що депривація та дискримінація призводять до соціального відторгнення, проявами якого є пригнічене емоційне становища.

Одне з перших спеціальних досліджень соціального відторгнення в Україні було проведене за підтримки програми ПРООН в Україні. Результати цього дослідження були оприлюднені у Національній доповіді про людський розвиток 2011 "Україна: на шляху до соціального залучення". В Україні для вимірювання ступеню соціального відторгнення були використані 18 відібраних характеристик. Зазначені характеристики мають дистрибутивний характер та відносяться до матеріальної депривації. Наявність відторгнення встановлювалась на основі кількості характеристик, за якими зафіксована недостатність. Зокрема у висновках дослідження мова йде про гостре відторгнення (недостатність за п'ятьма характеристиками) та про межу критичного відторгнення (недостатність за сіма характеристиками) [Лібанова, 2011: с. 18]. Такий спосіб концептуалізації та вимірювання є досить схожим на підхід у лаоському дослідженні.

За результатами дослідження у стані гострого соціального відторгнення знаходяться 37,7% домогосподарств України, а 16,9% домогосподарств України зна-

ходяться в стані критичного соціального відторгнення [Лібанова, 2011: с. 97].

Отже, зарубіжними та вітчизняними дослідниками накопичений досвід вимірювання соціального відторгнення. Соціальне відторгнення можна розглядати як властивість, що притаманна індивіду, домогосподарству або соціальній групі. Для цієї властивості характерними є наступні атрибути: перекриття доступу до необхідних ресурсів або соціальних благ; неспроможність брати участь у соціальній активності, що вважається нормальною та є доступною для більшої частини населення; неспроможність будувати значимі соціальні відносини з іншими.

Концепт соціального відторгнення є багатовимірним та має складну структуру, що включає дистрибутивні (економіко-структурні) та реляційні (соціокультурні) виміри. Це дає змогу розширити набір показників для аналізу рівня благополуччя людей. Структура концепту є в цілому стійкою і визначеною але підбір конкретних індикаторів залежить від стандартів життя суспільства, де проводиться дослідження.

#### Список використаних джерел

1. Абрахамсон П. Социальная эксклюзия и бедность // Общественные науки и современность. – 2001. – № 2. – С. 158–166. [Abrahamson P. Social exclusion and poverty in Europe // Social sciences and modernity. – 2001. – № 2. – S. 158–166]
2. Макарова, О. В. Соціальне відторгнення в Україні: специфіка проявів та методологія оцінювання / О. В. Макарова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 57–68. [Makarova, O. V. Sotsialne vidtorhnenia v Ukraini: spetsyfika proiaviv ta metodolohiia otsiniuvannia / O. V. Makarova // Demohrafiia ta social'na ekonomika. – 2011. – № 1. – S. 57–68]

3. Национальная доповідь про людський розвиток 2011 "Україна: на шляху до соціального залучення" / [Е. Лібанова та ін.]. – Київ : [б. в.], 2011. – 124 с. [National Human Development Report – Ukraine: Towards Social Inclusion / [E. Libanova a.o.]. – Kyiv : [b. v.], 2011. – 124 s.]

4. Оксамитна С., Хмелько В. Соціальна ексклюзія в Україні на початковій стадії реставрації капіталізму // Соціологія: теорія, методи, маркетинг, 2004. – №3. – С. 66–77. [Oksamytna S. Khmelko V. Social Exclusion in Ukraine at the Initial Stage of the Restoration of Capitalism // Sociology: Theory, Methods, Marketing, 2004. – №3 – S. 66 – 77.]

5. Тихонова Н.Е. Феномен социальной эксклюзии в условиях России // Мир России. – 2003. – Т. XII, № 1. – С. 36–84. [Tikhonova N. E. Phenomenon social Exclusion in conditions of Russia // World of Russia – 2003. – V. XII, № 1. – S. 36–84]

6. Böhnke, P. Nothing Left to Lose? Poverty and Social Exclusion in Comparison: Empirical Evidence on Germany. – Berlin: Social Science Research Center, 2001. – 37 p.

7. Burchardt T. Social Exclusion in Britain 1991-1995 / T. Burchardt, J. Grand, D. Piachaud Policy & Administration, 1999. – p. 227–244

8. Encyclopedia of Sociology / [ed. Ritzer G.]. Oxford: Blackwell, 2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.brown.edu/Departments/Sociology/faculty/hsilver/documents/hsilver-social-exclusion-encyc.pdf>

9. Jehoel-Gijsbers G. Explaining Social Exclusion A theoretical model tested in the Netherlands / G. Jehoel-Gijsbers, C. Vrooman. – The Hague: The Netherlands Institute for Social Research (SCP). – 2007. – 42 p.

10. Jehoel-Gijsbers G. The Disadvantaged among the Dutch: A Survey Approach to the Multidimensional Measurement of Social Exclusion / G. Jehoel-Gijsbers, C. Vrooman. – The Hague: The Netherlands Institute for Social Research (SCP) 2012. – 27 p.

11. Silver H. Social Exclusion and Social Solidarity: Three Paradigms // International Labour Review. – 1994. – P. 531–578.

12. Social Exclusion (Critical Concepts in Sociology): in 4 v. / [ed. Byrne D.]. – London: Routledge, 2008. – Social exclusion: the history and use of a concept. – V.1. – 2008. – 449 p.

13. Understanding social exclusion / J. Hills, J. Grand, D. Piachaud: Oxford University Press, 2002 – 274 p.

Надійшла до редакції 14.03.14

I. Loktieva, PhD student

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### CONCEPTUALIZATION OF SOCIAL EXCLUSION AND EXPERIENCE OF ITS MEASUREMENT

*This paper addresses the existing experience of conceptualization and measurement of social exclusion in international and national empirical research. It describes examples of the concept application in the foreign and domestic empirical studies. It is determined, that foreign and domestic researchers gained substantial experience in measuring of social exclusion. Based on this experience, possible ways of social exclusion conceptualizing are offered. The structure of concept, its dimensions and characteristics (attributes) are defined. It is shown that the concept has a multidimensional structure that includes distributive (economic and structural) and relational (social and cultural) dimensions, which makes possible to expand the set of indicators for the analysis of the level of well-being. The social exclusion can be regarded as a distinctive feature of individual, household or social group. This feature is characterized by the following attributes: limitation of access to the necessary resources or social benefits; inability to participate in social activity that is regularly available to the majority of society members; failure to build meaningful social relationships with others. It has been identified that conceptualization and measurement methods depend on the conditions and living standards of the society, which is a subject of the study.*

*Key words: social exclusion, measurement, conceptualization.*

И. Локтева, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

### КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ И ОПЫТ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ОТТОРЖЕНИЯ

*Статья посвящена концептуализации и опыту измерения социального отторжения. В работе рассмотрены примеры применения концепта в зарубежных и отечественных эмпирических исследованиях. Установлено, что зарубежными и отечественными учеными проведено значительное количество исследований и попыток измерения социального отторжения на основе чего предлагаются возможные способы его концептуализации. Выделенная структура концепта, его измерения и признаки (атрибуты). Выяснено, что концепт имеет сложную структуру, которая включает дистрибутивные (экономико-структурные) и реляционные (социокультурные) измерения, что позволяет расширить набор показателей для анализа уровня благополучия людей. Социальное отторжение можно рассматривать как свойство, присущее индивиду, домохозяйству или социальной группе. Для этого свойства характерны следующие атрибуты: перекрытия доступа к необходимым ресурсам или социальным благам; невозможность участия в социальной активности, которая считается нормальной и доступна для большей части населения; несостоятельность построения значимых социальных отношения с другими. Установлено, что способы концептуализации и измерения зависят от условий и жизненных стандартов общества, которое изучают.*

*Ключевые слова: социальное отторжение, измерение, концептуализация.*

УДК 316.752

Л. Новікова, студ.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ**СОЦІОСТРУКТУРНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ  
(на прикладі студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка)**

*Аналізуються особливості ціннісних орієнтацій (в системі матеріалістичних-постматеріалістичних координат, за Р. Інглхартом) студентів одного з передових ВНЗ України та детермінанти їх диференціації. Виявлено, що ціннісна свідомість студентства має синкретичний характер із переважанням матеріалістичних цінностей безпеки та зовнішніх авторитетів. Невузирність постматеріалістичних ціннісних орієнтацій на свободу та саморозвиток особистості можна пояснити як соціетальними (макро)чинниками (економічним "відставанням" та відносно нестабільною політичною ситуацією, що супроводжують трансформації суспільства), так і особливостями соціалізації покоління сучасного студентства в перехідних умовах.*

*Ключові слова: ціннісні орієнтації, матеріалістичні та постматеріалістичні цінності, соціальні мотиви, студентство.*

Глибинні зміни світовідчуття, цінностей індивідів зазвичай йдуть пліч-о-пліч з трансформаціями економічного, політичного і соціального життя. Специфічним "барометром" потенціалу суспільних змін є ціннісна свідомість студентства. Сучасні студенти за 10-20 років після отримання вищої освіти займають ключові позиції в суспільстві, пов'язані з забезпеченням його життєдіяльності, тому від їхніх ціннісних орієнтацій і установок буде залежати подальший характер розвитку суспільства, у тому числі перспективи його модернізації. В даній роботі буде визначено "постмодерністський потенціал" ціннісної свідомості студентської молоді, а також знайдені відповіді на питання про те, які соціальні чинники впливають на диференціацію ціннісної свідомості молоді в українському суспільстві на прикладі студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Зміни в ціннісній свідомості обумовлюють можливість змін в суспільстві як такому. Дослідження структури ціннісної свідомості студентства дозволить виявити його ціннісні координати, знання яких є необхідним для формування навчальної й виховної політики в університетському середовищі, а ширше – для вироблення політичних стратегій щодо демократизації й модернізації суспільства та його інститутів.

*Наукова проблема:* наявні в сучасній науковій літературі теоретичні обґрунтування глибокого впливу модернізації цінностей на розвиток суспільств до цього часу залишаються не перевіреними на емпіричному матеріалі українського суспільства. Незважаючи на наявність спеціальних праць українських авторів, присвячених вивченню базових цінностей суспільства та ціннісної свідомості, зокрема, студентів [Подольська, 1991; Кіпень, 2001; Руженцева, 2007; Сокурнянська, 2007; Ручка, 2009; Патракова, 2009], між тим висновки потребують перевірки із застосуванням верифікованих соціологічних інструментів. Також потребує наукового визначення модель чинників, що обумовлюють ціннісну диференціацію індивідів. Результатом дослідження також має стати відповідь на питання про те, наскільки концепція зміни цінностей Р.Інглхарта здатна пояснювати ціннісну диференціацію свідомості студентської молоді в українському пострадянському суспільстві.

**Дефініція поняття ціннісної свідомості та ціннісних орієнтацій**

Аналіз праць науковців соціо-гуманітарних галузей знання, присвячених аксіопроблематиці [Ядов, 1979; Бакиров, 1988; Інглхарт, 1997; Inglehart, Baker, 2000; Hofstede, 2001; Ручка, 2009; Магун, 2012], дозволяє уточнити інтерпретацію поняття *цінностей* як такого, що відображає найбільш узагальнені цілі-ідеали, що формуються у свідомості людини в процесі соціалізації. Шалом Шварц [Schwartz, 2012 : pp. 3-4] виділяє шість основних параметрів, які характеризують ключове поняття нашого дослідження: цінності – це, по-перше,

переконання (а, отже, містять у собі критерій віри), по-друге, вони відображають бажані цілі (які й мотивують до дії), по-третє, вони знаходяться "поза межами" специфічних ситуацій та дій (на відміну від норм та установок), тобто є універсальними. Цінності виступають в якості орієнтирів-стандартів і впорядковуються (ієрархізуються) за важливістю. Зрештою відносна важливість саме деякої сукупності цінностей здатна спрямовувати діяльність. Інтерпретація поняття ціннісних орієнтацій відбувається, в основному, у двох напрямках: як ідеологічних, політичних, моральних, естетичних та інших підстав оцінки людиною соціальних об'єктів і подій та як способу організації людиною своєї поведінки відповідно до усвідомлених нею мотивів, що відіграють роль смислоттєвих орієнтирів особи. У визначенні поняття "*ціннісних орієнтацій*", яке відображає стійке вибіркове ставлення індивіда чи групи до сукупності благ й ідеалів, ми підкреслюємо саме регулятивно-діяльнісний аспект, їх важливість для регламентації, впорядкування соціальних дій. Ціннісні орієнтації обумовлюють спрямованість дій індивіда на певну ціль (чи цілі) в конкретній сфері взаємодій, визначають способи її досягнення. Ціннісні орієнтації формуються при засвоєнні соціального досвіду і проявляються у цілях, переконаннях, усвідомлених інтересах та інших елементах внутрішнього світу особи, реалізуючись в її поведінці.

На нашу думку, яскравим емпіричним прикладом "постмодерністського зсуву" (за Р. Інглхартом; розуміння цього процесу буде викладена нижче) у ціннісних орієнтаціях може виступати Євромайдан, в проявах якого чітко позначаються ціннісні орієнтації на свободу, самовираження, а вітальні, "матеріалістичні" цінності виживання (як-то особиста безпека і навіть здоров'я) відходять на "другий план".

Поняття *ціннісної свідомості* вказує на цілісну структуровану систему цінностей (орієнтирів), яка залежно від суспільної та життєвої ситуації індивіда, може мати різний ступінь актуалізованості, стійкості і регуляційного потенціалу. Таким чином, цінності (як взірці) та ціннісні орієнтації (як регулятор діяльності щодо цілі-ідеалу) поруч з установками виступають структурними компонентами ціннісної свідомості особистості.

Для інтерпретації та вимірювання структури ціннісної свідомості отримали розвиток різні концепції й методології, серед яких особливе поширення отримали: теорія цінностей Інглхарта про глобальну переорієнтацію ціннісної системи людства [Inglehart, Welzel, 2005] та відповідна методологія вимірювання базових цінностей, концепція М. Рокича, яка, зокрема, знайшла відображення у диспозиційній теорії особистості [Ядов, 1979], концепція й методологія вимірювання цінностей Ш. Шварца, концепція культурних цінностей Г. Хофстеде, методологія тестування життєвих проєктів та смислоттєвих орієнтацій Лакейна.

Розробки Рокича продовжив соціальний психолог Шалом Шварц, який, узагальнюючи теоретичні підходи до вивчення цінностей, розробив власну теорію. Він визначає цінності як (бажані) орієнтири, які існують поза конкретною ситуацією і служать рушійними мотивами індивідів та груп. Шварцем була запропонована кругова модель (структура) цінностей, розділена на дві антиномічні осі "відкритості до змін/консерватизму" і "самотрансцендентності/самопіднесення". У структурі даних осей розташовані десять базових людських цінностей, які мають загальнолюдський характер. "Десять базових цінностей <...> похідні від трьох універсальних вимог людського стану: потреби індивідів як біологічних організмів, необхідності координованої соціальної взаємодії та потреби виживання і добробуту груп" [Schwartz, 2012 : р.4]. Відповідно до теорії Ш. Шварца, цінності особистості існують на двох рівнях: нормативних ідеалів та індивідуальних пріоритетів. Перший рівень більш стабільний і відображає уявлення людини про те, як потрібно діяти, визначаючи тим самим його життєві принципи поведінки. Другий рівень є більш залежним від зовнішнього середовища (наприклад, від групового тиску) і співвідноситься з конкретними вчинками людини. Шварц виділяє цінності суспільства і соціальних груп (*соціальні цінності*) та цінності особистості (*індивідуальні цінності*).

Якою є структура ціннісної свідомості українського суспільства в параметрах, визначених Ш.Шварцем та Р.Інглхартом?

Звернемось до показового дослідження ціннісних орієнтацій в українському суспільстві, яке базувалося на даних, отриманих за допомогою методики Ш. Шварца в рамках другої хвилі "Європейського соціального дослідження"[Магун, Руднев, 2007: с. 226-273]. Дослідження показало, що українське суспільство характеризується сильнішою, ніж у жителів більшості інших європейських країн, включених у дослідження, виразністю цінностей, які відносяться до категорії "Консерватизм" (для якої характерні цінності безпеки (соціального порядку), традицій (відданості) та конформності) і, навпаки, більш слабкою виразністю цінностей, які відносяться до протилежної за змістом категорії "Відкритість до змін". Крім того, більш низька цінність Доброзичливості (гуманності) та більш висока цінність Влади. За двома інтегральними факторами "Відкритість змін/Консерватизм" і "Вихід за межі свого "Я"/Самоствердження" українському населенню також притаманні найбільш високі (отже, ближчі до другого полюсу), у порівнянні з іншими країнами, середні значення. Аналіз ціннісної свідомості по соціальним групам всередині суспільств підтвердив "статус України як країни, більше інших орієнтованої на цінності Консерватизму (із спадом цінностей Відкритості до змін)". Пояснити виявлені емпіричні факти можна, виходячи як із обставин радянського минулого (та більш ранніх історичних періодів), так і з поточних соціально-економічних і соціально-культурних реалій вітчизняного суспільства, що вже тривалий час перебуває все ще у стані трансформацій. Моніторингове дослідження Інституту соціології НАН України за 2010 р., в межах якого науковці за методикою Р.Інглхарта вивчали питання про баланс традиціоналістських і ліберально-демократичних ціннісних елементів у структурі свідомості українського суспільства [Соціальне самопочуття, настрої та ціннісні орієнтації населення України, 2010], показало дещо інші результати : "сьогодні в українському суспільному етосі спостерігається відносно зниження матеріалістичних і традиціоналістських ціннісних орієнтацій; за рахунок відносного зростання ваги змішаної ціннісної орієнтації (на "цінності виживання" і "цінності самореалізації") і ліберально-демократичних цінностей відбувається лібералізація суспільної системи

цінностей загалом й орієнтаційного потенціалу громадян зокрема"; а приналежність громадян до різних соціальних груп і верств спричиняє певну варіативність їх ціннісних пріоритетів : у середовищі низькостатусних груп переважають матеріалістичні орієнтації, а у високостатусних – збалансована, змішана ціннісна орієнтація і ліберально-демократичні цінності. Однак вважаємо за потрібне підкреслити, що зростаюча вага ліберально-демократичних орієнтацій, хоча й означає лібералізацію системи цінностей в суспільстві, не обов'язково позначатиме усунення значення традиціоналістських цінностей і, цілком можливо, не звужує діапазон їхньої дії. Більш імовірно те, що вони разом утворюють структуру, в межах якої ведуть діалог один з одним, спричинюючи нові метаморфози соціальних інститутів та відносин.

Герт Хофстеде у дослідженнях відмінностей національних культур [Hofstede, 2001] запропонував модель вивчення культурних цінностей за чотирма параметрами, а саме : дистанція влади (power distance – готовність (чи її відсутність) позитивно сприймати нерівність у розподілі влади і статусу в групі, організації, суспільстві), маскулінність-фемінність (masculinity/femininity – баланс між так званими "чоловічими цінностями", такими як гроші, власність і успіх, і "жіночими цінностями" – якість життя, турбота про слабших), індивідуалізм-колективізм (individualism/collectivism – баланс між "я" та "ми"; межа, до котрої кожна особа готова відмовитися від особистих потреб або прав на користь спільноти чи організації, куди вона належить), неприйняття невизначеності (uncertainty avoidance – готовність приймати нестабільність життєвих і виробничих умов, з одного боку, і потреба в захисті від непередбачуваних обставин, – з іншого). Зазначимо, що нідерландський соціолог, вивчаючи саме культуру, досліджує цінності, а коли порівнює організації – йдеться про практики. Дослідження, проведене в 23 країнах спільно з М. Бондом в 1991 р., дозволило йому виділити п'ятий параметр моделі – довгострокова орієнтація (long-term orientation – формування властивостей особистості, спрямованих на винагороду (успіх) в майбутньому). Цінності, пов'язані з довгостроковою орієнтацією – це обачність, ощадливість і наполегливість, а цінності, пов'язані з короткостроковою орієнтацією – це повага традицій, виконання громадського обов'язку, захист свого "обличчя" (іміджу).

Аналітичний огляд соціологічних досліджень цінностей студентів (та інших соціальних груп) в українському суспільстві показує, що : по-перше, спектр дослідницьких методик доволі різноманітний, і ціннісні преференції молоді, зокрема, вивчаються як тестовими методами, так і включенням блоків шкал цінностей в опитувальниках; по-друге, більшість дослідників (зокрема [Сокурянська, 2007]) виявляють, що у пострадянських суспільствах у трансформаційний період значно переважають матеріалістичні цінності, пов'язані з потребою безпеки (в т.ч. фінансової) та відчуттям стабільності, а постматеріалістичні цінності наразі виражені не чітко, причому для українських "постмодерністів" (частка яких складає практично лише 20% студентів) цінність самореалізації підтримується орієнтацією на будь-які (легітимні та захищені) засоби її досягнення (від власних надзусиль до залучення "зв'язків", неправової діяльності).

Харківська дослідниця Сокурянська Л.Г. вивчає ціннісну свідомість студентства, зокрема, методами інтелектуального аналізу даних. У її спільному дослідженні з О. Кисловою було виділено 5 кластерів за близькістю базових цінностей: по 2 – "модерністів" та "постмодерністів" і один – традиціоналістів. Отримані дані свідчать про більш високий рівень артикуляції постмодерністських цінностей серед білоруських студентів, значущу цінність

самореалізації для українських "постмодерністів-прагматиків", а для білоруських "постмодерністів-індивідуалістів" – *якості життя*. Постмодерністський дискурс відрізняється стратегіями самореалізації особистості майбутнього фахівця – комуналістською для білоруських та ідеалістською для українських студентів. Вони пов'язують життєвий успіх насамперед з власним інтелектом, професіоналізмом, діловими якостями. "Про останні якості як фактори життєвого успіху найчастіше говорять українські "постмодерністи-прагматики" і білоруські "постмодерністи-індивідуалісти" [Кислова, Сокурнянская, 2008 : с. 98]. В цілому, низка українських дослідників (зокрема, Астахова, Кіпень, Сокурнянская) виявляють, що у свідомості сучасних українських студентів переважають матеріалістичні цінності, пов'язані з потребою безпеки (в т.ч. фінансової) та відчуттям стабільності, а постматеріалістичні цінності наразі виражені нечітко.

У нашому дослідженні ціннісних орієнтацій студентів ми приділимо увагу визначенню структури базових цінностей за параметрами постмодернізму та його альтернатив. Цей вимір є актуальним, бодай, з двох причин:

- дискурс про постмодерністський зсув в структурі свідомості молоді в українському суспільстві став вельми поширеним, проте потребує перевірки із застосуванням оригінальної методології Інглхарта;

- задача модернізації суспільства потребує з'ясування того, наскільки такі зміни відповідатимуть ціннісній свідомості; які бар'єри ціннісних орієнтацій можуть бути на заваді постмодерним змінам суспільства.

**Концепція "ціннісного зсуву" Р.Інглхарта та методологія її застосування в емпіричному дослідженні**

Для ціннісного підходу Р. Інглхарта характерний акцент на уявленні про нерозривний взаємозв'язок, взаємообумовленість культури (перш за все, цінностей) з соціальними процесами (через цей принцип він і пояснює прихід постмодернізму). Для нашого досліджен-

ня наріжними є дві гіпотези, що лежать в основі теорії американського соціолога. Гіпотеза ціннісної значимості того, чого бракує передбачає, що найбільшу суб'єктивну цінність для індивіда (чи групи) відіграє те, чого не вистачає, "дефіцитне благо". Гіпотеза соціалізаційного лагу стверджує, що стан соціально-економічного середовища і ціннісні пріоритети співвідносяться не безпосередньо : цей зв'язок опосередкований часовим лагом. *Базові цінності відображають умови роки життя індивіда до повноліття*. Тобто після періоду різкого зростання економічно-фізичної безпеки має пройти певний часовий проміжок, після якого стане відчутною (і фіксованою) різниця ціннісних пріоритетів поколінь і політичні зміни, що зумовлені ними.

Згідно концепції Інглхарта культура змінюється поступово, відповідаючи на виклики внутрішнього і зовнішнього середовища з можливим "соціальним лагом". "Зміни у соціально-економічному оточенні, впливаючи на життєвий досвід індивідів, тим самим сприяють переформуванню переконань, позицій та цінностей на індивідуальному рівні" [Inglehart, 1997 : р.39] Логіка нашого аналізу узасаднюється на наступному словесному ланцюгу: ціннісні орієнтації складають змістовну сторону спрямованості особистості, відображають внутрішню основу її ставлення до дійсності, проявляються у системі фіксованих установок і, таким чином, регулюють дії особи в конкретній ситуації.

Міжгенераційні зміни ціннісних орієнтацій розуміються американським вченим як перехід від цінностей фізичної та економічної безпеки до цінностей самовираження та гідної якості життя (від забезпечення (індивідуального) виживання до максимізації суспільного благополуччя). Повна структура "полюсно" системи цінностей та умови прояву конкретних (пост-) матеріалістичних ціннісних орієнтацій (за параметром не/гарантованої перспективи виживання) відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Структура систем цінностей за теорією Р. Інглхарта [Інглхарт, 1997 : с. 26]

Цінності	Негарантована перспектива виживання	Гарантована перспектива виживання
	Матеріалістичні	Постматеріалістичні
<i>У політиці</i>	Потреба в <i>сильних лідерах</i> та порядку. Ксенофобія, фундаменталізм.	Менша значимість політичного авторитету. Пріоритет <i>самовираження</i> , політичної участі. Екзотика / новизна – стимулюючий фактор.
<i>В економіці</i>	Акцент на <i>економічному зростанні</i> . Протиставлення індивідуальної та державної власності.	Пріоритетність <i>якості життя</i> і суб'єктивного благополуччя. Зниження авторитету приватної, державної власності.
<i>Сексуально-сімейні норми</i>	На першому плані – <i>максимізація репродуктивності в межах повної</i> (гетеросексуальної) <i>сім'ї</i>	Сексуальне <i>задоволення</i> згідно з <i>власним вибором</i> та індивідуальним самовираженням.
<i>У релігії</i>	Акцент на значимості <i>вищої сили</i> . Абсолютні правила. Акцент на передбачуваності (за рахунок милості вищої сили).	Менша значимість релігійного авторитету. <i>Гнучкі</i> правила, ситуаційна етика. Акцент на <i>сенс і призначення життя</i> .

Саме Інглхартівська "опозиційна" типологія традиційних/секулярних цінностей (що відображають різну міру значимості, поваги і взагалі потреби у політичних лідерах і авторитетах) та цінностей виживання/самовираження (які ідентифікують різні ступені екзистенційної безпеки і відповідні їм орієнтації на економічний захист і силу держави/саморозвиток і свободу) буде використана в нашому дослідженні ціннісних орієнтацій студентів.

**Основна гіпотеза** нашого дослідження: серед студентів КНУ імені Тараса Шевченка домінують постматеріалістичні цінності (зокрема цінність свободи та саморозвитку), що може бути обумовлено специфікою соціального складу студентів як результату столичного та високого рейтингового статусу університету. Також слід визначити декілька допоміжних гіпотез : ціннісна свідомість студентів соціо-гуманітарного дисциплінарного

профілю є більш постмодернізованою у порівнянні зі студентами технічно-природничих факультетів, що може бути пояснено навчальною специфікою перших (розвиток соціальної культури студентів, їх більш широке і глибоке ознайомлення з правами, можливостями та обов'язками людини в сучасному суспільстві). Ціннісні орієнтації на самовираження та свободу особистості більше притаманні студентам із родин з більш високим рівнем матеріального достатку, та навпаки (виходимо з припущення, що високий рівень матеріального забезпечення протягом соціалізації індивіда в сім'ї може сприяти формуванню у нього орієнтації на саморозвиток, свободу). Завдяки аналізу даних за останнім аспектом зможемо перевірити базові гіпотези теорії Інглхарта.

Також ми припускаємо, що рівень освіти батьків, ступінь урбанізованості місця проживання студента до

вступу в КНУ впливають на ступінь модернізації ціннісної свідомості студентів, а саме: з підвищенням освітнього статусу родини студента (та відповідно покращенням якості мікросередовища соціалізації молодшої людини) та розгалуженістю (і доступністю) інфраструктури середніх та великих міст зростає ступінь модернізованості ціннісних орієнтацій студента.

**Характеристика емпіричної бази та логіка перевірки гіпотез**

Емпіричною основою нашого аналізу є опитування, яке проведено за програмою UNiDOS у 2009 році навчальною лабораторією з прикладних соціологічних досліджень факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка під керівництвом Горбачика А.П. та Жулькевської О.В. Опитування проводилось за квотною вибіркою на всіх факультетах університету із випадковим відбором респондентів на останньому кроці (n=653). Саме до інструментарію (анкети) першої хвилі університетського дослідження був включений повний "ціннісний блок" Р.Інглхарта з шести питань ( трьох пар ціннісних виборів).

Логіка перевірки висунутих гіпотез є наступною:

- визначення структури ціннісних орієнтацій студентів КНУ на основі одномірного аналізу (частотних) змінних за I та II ціннісними виборами (усього 12 цінностей – 6 матеріалістичних та 6 постматеріалістичних);
- розрахунок інтегральної змінної цінностей, які вимірюються у просторі матеріалізму/постматеріалізму, та здійснення інтерпретації значень (категорій) цієї шкали як ціннісноорієнтованих типів студентів;
- визначення й порівняння "обсягу" типів ціннісної свідомості студентів соціально-гуманітарних та природничо-технічних факультетів, молодших та старших курсів навчання за допомогою крос-табуляційного аналізу;
- застосування процедури кореляційного аналізу (з необхідним перекодування відповідних змінних) з метою визначення того, які з параметрів соціального походження (тип зайнятості батьків, рівень освіти і матеріальний стан родини, тип поселення за походженням респондента) та досягнення (навчальна успішність, визначена за середнім балом за останню сесію; вклю-

ченість у сучасні інформаційні мережі) студентів пов'язані з конкретними типами їх ціннісної свідомості.

**Структура ціннісної свідомості студентів КНУ ім. Т.Шевченка**

Найбільш поширеним типом ціннісної свідомості серед студентів є I змішаний (перший ціннісний вибір – матеріалістичний, другий – постматеріалістичний) тип (дані представлені на Рис.1, с.27): студенти орієнтовані переважно на силу держави та забезпечення захисту з її боку, а за умови досягнення достатнього рівня безпеки (тобто задоволення матеріалістичних потреб, які в результаті втрачають значимість і призводять до переходу ціннісної свідомості на новий – постматеріалістичний – рівень) обирають постмодерністську цінність, як-то свобода самовираження та індивідуальності. Отже, наша основна гіпотеза про те, що серед студентів КНУ імені Тараса Шевченка домінують постматеріалістичні цінності (зокрема цінність свободи та саморозвитку), не знайшла підтвердження. У цьому зв'язку слід відзначити думку Лапіна, з якою співвідноситься отриманий нами результат, про те, що "особливість цінностей ... в тому, що різні, навіть протилежні цінності можуть поєднуватися у свідомості однієї людини. Кожен співвідносить себе не з якоюсь однією цінністю, а з певною їх комбінацією, зазвичай досить суперечливою" [Лапін, 1996 : с.10]

Серед студентів залишається високою доля "матеріалістів" (рис. 1). Ми припускаємо зв'язок цього факту з відносно низьким рівнем соціально-економічного та культурного статусу родин відповідної частини студентів і, звідси, високий рівень саме економічних та "протекціоністських" домагань серед останніх. Частка студентів, що мають постматеріалістичні ціннісні орієнтації, наразі виражена нечітко. Однак останні два ціннісних типи у сукупності складають той "постмодерністський потенціал" (п'ята-третья частина респондентів), який цілком може бути готовий нести демократичні, постмодерністські цінності свободи і саморозвитку. Але знову ж таки, за умов більш-менш стабільного політично-економічного середовища, яке б забезпечувало мінімально достатній рівень екзистенціальної безпеки.

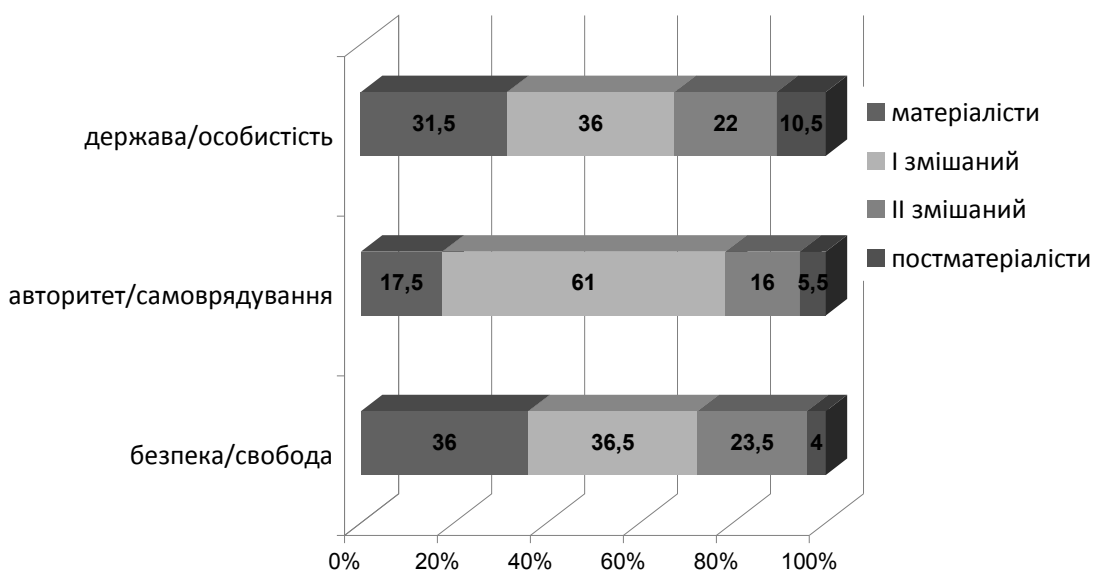


Рис. 1. Ціннісноорієнтовані типи студентства (за трьома шкалами)

Для створення нової інтегральної змінної, що відображала б континуум ціннісної свідомості студентства з урахуванням усіх (шістьох) виборів у просторі "матеріалізм-постматеріалізм" застосуємо процедуру створення нової

змінної, задаючи відповідні умови відбору (за методологією Інглхарта, це *кількість постматеріалістичних виборів*) : якщо усі вибори виявилися матеріалістичними – новий інтегральній змінній **Індекс постматеріалізму** при-



своюється значення 0, за умови одного постматеріалістичного із шести ціннісних виборів – змінна набуває значення 1 і за таким алгоритмом крайнє значення змінної – 5 – відповідатиме умові вибору респондентом у всіх шести випадках постматеріалістичних цінностей.

Визначивши частотний розподіл нової змінної, можемо проаналізувати внутрішню диференціацію простору ціннісної свідомості студентів КНУ. Крайні полюси шкали не позначають ціннісні типи "чистих" (впевнених) матеріалістів і постматеріалістів (характеризуються повною, цілісною орієнтацією за усіма виборами) – це найбільш стійкі типи ціннісного середовища, категорії 1 і 4 відповідають "невпненим" матеріалістам і постматеріалістам (співвідношення антиномічних орієнтацій 5:1), які тяжіють до одного з ціннісноорієнтаційних полюсів, але не можуть ідентифікуватися як носії "узгодженої" ціннісної свідомості, оскільки один з шести виборів відноситься до опозиційного полюсу, ніж інші п'ять (що може бути зумовлено індивідуально-особистісними характеристиками студентів, їх унікальним життєвим досвідом). Значення 2 та 3 на шкалі можна інтерпретувати як прояв відносно нестійкої, неузгодженої системи ціннісних орієнтацій – "поміrkованих" (змішаних) матеріалістів і постматеріалістів.

Найбільша частка студентів зосереджена на середині шкали – змішаних ціннісноорієнтованих типах, в той час як на полюсах (чистих типах ціннісної свідомості) знаходиться у сукупності тільки 11% респондентів (десята частина на полюсі матеріалізму і менше відсотка – постматеріалізму). Причому спостерігається "зсунутість" до полюсу матеріалістичних орієнтацій, що підтверджує вищезазначену концентрацію цінностей студентів на боці цінностей виживання та сильного зовнішнього авторитету (певних сподівань на сильну владу, але не на себе). Найбільша частка – чверть студентів – це "поміrkовані матеріалісти" із змішаною ціннісною свідомістю, у якій практично на рівних співіснують матеріалістичні та (дещо менше) постматеріалістичні орієнтації. Разом з "невпненими матеріалістами" вони складають близько половини усіх респондентів. На відміну від останніх, "невпнених постматеріалістів" мало – лише 3,7%. Однак п'ята частина "поміrkованих постматеріалістів" (чотири з шести ціннісних виборів – постматеріалістичні) серед студентів КНУ може вказувати на реактивний "постмодерністський потенціал", який необхідний для розбудови гуманного суспільства (цінність якого за другим вибором у сукупності обирає практично половина студентів). Але знову ж таки розквіт такої активності обертається довкола низки соціальних умов, що сприятимуть формуванню і втіленню цінностей вільної особистості.

Далі перевірялися наші допоміжні гіпотези за допомогою непараметричного тесту для двох незалежних вибірок (з групуючи ми змінними (відповідним чином перетвореними) профіль факультету та курсу навчання). Хоча значимих відмінностей (за непараметричним Z-критерієм) ціннісних орієнтацій представників різних типів факультетів та курсів не виявлено, однак на основі крос-табуляційного аналізу (табл. 2, табл. 3) можна припустити, що для студентів перших років навчання та факультетів соціо-гуманітарного профілю більш притаманні постматеріалістичні ціннісні орієнтації, ніж для їхніх колег із старших курсів та факультетів природничо-технічної спеціалізації. Це, швидше за все, зумовлено відмінністю життєвих "сходинок", на яких знаходяться студенти перших та останніх курсів, а також особливостями знань та вмінь, розвиток яких передбачений навчальними програмами технічних та природничих дисциплін на відміну від

суспільствознавчих, та специфікою соціально-культурної компетенції, яка формується протягом навчального процесу на різних типах факультетів та інститутів.

Таблиця 2  
Ціннісноорієнтовані типи студентів різних курсів навчання (%)

Групи за ціннісними орієнтаціями	Курс навчання	
	Молодші (n1=274)	Старші (n2=100)
<b>Орієнтовані на матеріалістичні цінності</b>	<b>54</b>	<b>67</b>
Чисті матеріалісти	11	8
Невпнені матеріалісти	19	34
Поміrkовані матеріалісти	24	25
<b>Орієнтовані на постматеріалістичні цінності</b>	<b>25</b>	<b>21</b>

Таблиця 3  
Ціннісноорієнтовані типи студентів різних дисциплінарних напрямків навчання (%)

Групи за ціннісними орієнтаціями	Дисциплінарна спрямованість факультетів	
	Природничо-технічні (n1=245)	Соціо-гуманітарні (n2=349)
<b>Орієнтовані на матеріалістичні цінності</b>	<b>60</b>	<b>58</b>
Чисті матеріалісти	11	10
Невпнені матеріалісти	25	21
Поміrkовані матеріалісти	24	27
<b>Орієнтовані на постматеріалістичні цінності</b>	<b>24</b>	<b>24</b>
Поміrkовані постматеріалісти	19	20
Невпнені постматеріалісти	5	3
Чисті постматеріалісти	0	1
<b>Ціннісно недиференційована група</b>	<b>16</b>	<b>18</b>
Усього	100	100

Перевірка гіпотез про зв'язок між ціннісними орієнтаціями та соціальним походженням й досягнутим в процесі навчання статусом студентів дала наступні результати.

*Статус за соціальним походженням* у межах наявної емпіричної бази даних ми вимірювали індикаторами рівня достатку родини (з категоріями "малозабезпечена родина", "родина із середнім достатком" та "заможна родина"), освітнього статусу батьків (три категорії змінної: "середня освіта", "вища освіта нижчої кваліфікації" та "вища освіта вищої кваліфікації"), професійного статусу батьків (змінна містить вісім категорій від "вищих керівників" до "непрацюючих") і типу поселення, звідки родом студент (з категоріями "великі міста", "містечка і села", "проживання за кордоном").

*Досягнутий статус, з врахуванням доступних даних*, ми розкривали за двома індикаторами: успішністю у навчанні (середнім балом за останню сесію, звідси, дві категорії "студенти із середньою успішністю" та "відмінники") і статусом включеності у сучасні інформаційні технології – Інтернет (що опосередковано може свідчити про набутий соціальний капітал студента через соціальні мережі, в першу чергу) через змінну (що вимірює частоту використання мережі Інтернет) з трьома укрупненими категоріями "щоденний (постійний активний) користувач", "поміrkний користувач", "практично не користується".

Ціннісні орієнтації студентів у просторі матеріалізму-постматеріалізму значимо пов'язані лише із одним з індикаторів соціального походження (матеріальним статусом родини). Між ціннісними пріоритетами студента та його досягнутим статусом (тобто тією позицією, яку він чи вона займає в ієрархії навчальних досягнень та у

структурі включеності у сучасні інформаційні мережі завдяки власній активності) кореляцій виявлено не було. Тож коефіцієнт кореляції  $r=0,115$  із рівнем довірчої імовірності 99% (табл. 4) дозволяє стверджувати про існування прямого зв'язку між ціннісними орієнтаціями (їх постматеріалістичністю) та рівнем матеріального забезпечення батьківської родини студента. Отже, диференціація цінностей студентів може пояснюватись силою приписаного статусу, а саме рівня достатку родини, в умовах якого соціалізується індивід. Гіпотези ціннісної значимості "дефіцитного блага" та соціалізаційного лагу підтверджується, але гіпотеза про вплив освітнього рівня батьківської родини та місця походження студента не знайшла емпіричного підтвердження.

Таблиця 4

Зв'язок між індексом постматеріалізму та статусними характеристиками респондента за походженням

Статусні характеристики респондента за соціальним походженням	Коефіцієнт Пірсона **значимість на рівні 0,01
Матеріальний статус родини (малозабезпечена–заможна)	,115*
Освітній статус батька (середня освіта–ВО вищої кваліфікації)	-,060
Освітній статус матері (середня освіта–ВО вищої кваліфікації)	-,059
Професійний статус батька (вищі керівники–непрацюючі)	,021
Професійний статус матері (вищі керівники–непрацюючі)	,029
Тип поселення, звідки родом студент(ка) (великі міста–проживання за кордоном)	-,029

Таблиця 5

Матриця парних кореляцій між ціннісними шкалами та основними мотивами вибору вищої освіти

Ціннісні шкали	Мотиви вибору вищої освіти	
	Саморозвиток та вплив на суспільний розвиток	Підвищення соціально-економічного статусу
Індекс постматеріалізму	,226**	,017
Ціннісна шкала "авторитет-самоврядування"	,123*	-,109*
Ціннісна шкала "держава-особистість"	,231**	-,141**

\* Кореляція значима на рівні 0.01

\*\* Кореляція значима на рівні 0.05

Як доводять результати нашого аналізу (табл. 5), ціннісні орієнтації слабо, але пов'язані з двома із чотирьох виділених нами за допомогою факторного аналізу (із 15 змінних з порядковою (оціночною) шкалою у "Для чого Ви отримуєте вищу освіту...") мотивами вибору вищої освіти. "Матеріалісти" частіше розглядають отримання високого освітнього (і кваліфікаційного) рівня як інструмент для статусного і економічного просування, для них матеріалістичні ціннісні орієнтації значимо пов'язані зі мотивом отримання високого соціально-економічного статусу через здобуття вищої освіти. Натомість "постматеріалісти", що орієнтовані на гуманні цінності, свободу та самоорганізацію, вбачають у процесі отримання вищої освіти шлях до розвитку суспільства та вдосконалення самих себе (засіб до потенційно вищої якості життя), тобто ними керують "соціальні" мотиви отримання вищої освіти для подальшого само- та суспільного розвитку. Якщо ж порівнювати два зазначені мотиви вибору та дві шкали ціннісних орієнтацій за силою зв'язку один з одним (спробувати визначити, який з цих елементів свідомості є фактором впливу), оцінивши альтернативні рівняння регресій, можна сказати, що серед них не простежується "лідер" впливу. Вони швидше виступають

як взаємодоповнюючі компоненти ціннісно-мотиваційної структури індивіда.

### Висновки

В нашому дослідженні виявлено те, що у **структурі ціннісної свідомості студентів КНУ**, як і у студентів інших навчальних закладів (за даними В.Кіпеня, Л.Сокурянської), **переважають ціннісні орієнтації матеріалістичного полюсу** Особливо значуще представлені цінності виживання (екзистенціальної безпеки) та зовнішнього авторитету (сильної держави чи інших інституцій).

Загальний стан ціннісної свідомості студентів КНУ можна описати поняттям **синкретичності**. Його емпіричним проявом є висока частка обох "змішаних" ціннісноорієнтованих типів. Ціннісні орієнтації студентства спрямовані як на забезпечення "зовнішніми силами" (такими як державна політика, певні зовнішні авторитети) необхідного рівня виживання, так і на вільне самовираження та вдосконалення себе та свого оточення (місця проживання та роботи, навчання).

Кореляційний аналіз показує наявність слабого зворотнього лінійного зв'язку між показником курсу навчання студентів та значеннями ціннісної шкали "авторитету-самоврядування", а також інтегративним індексом постматеріалізму. Це означає, що з дорослішанням у процесі навчання в університеті, з наближенням періоду вибору подальшого місця роботи й способу життя студенти все більше схильні проявляти матеріалістичні ціннісні орієнтації.

Для ціннісних орієнтацій студентів КНУ характерний значимий зв'язок лише з одним індикатором аскриптивних статусів, а саме – рівнем матеріального достатку родини, що підтверджує одну з дослідницьких гіпотез (та гіпотези Інглхарт).

Не виявлено значимих кореляцій між ціннісними орієнтаціями та змінними статус, досягнутого студентом протягом навчання в університеті (аналізувалися індикатори: рівня успішності протягом семестру та частота використання мережі Інтернет).

Ціннісні орієнтації разом з мотивами отримання вищої освіти є взаємодоповнюючими компонентами складної структури особистості. Так, "матеріалісти" частіше розглядають отримання високого освітнього рівня як інструмент для статусного просування, натомість "постматеріалісти" вбачають у цьому процесі шлях до розвитку суспільства та вдосконалення самих себе (як засіб до потенційно вищої якості життя).

### Список використаних джерел

1. Бакиров В. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора. – Х.: Вища школа. –1988. – 152 с. [Bakirov V. Cennostnoe soznanie i aktivizaciya chelovecheskogo faktora. – Kh.: Vyshcha shkola. –1988. – 152 s.]
2. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющееся общество // Полис. – 1997. – №4. – С. 6-32. [Inglehart R. Postmodern: menyayushchiesya cennosti i izmenyayushchiesya obshchestva // Polis. – 1997. – №4. – С. 6-32.]
3. Кислова О.Н., Сокурянская Л.Г. Ценностный мир постсоветского студенчества: результаты применения методов интеллектуального анализа данных // Социология: научно-теоретический журнал. – 2008. – №3. – С. 88-100. [Kislova O.N., Sokuryanskaya L.G. Cennostnyj mir postsovetskogo studenchestva: rezul'taty primeneniya metodov intellektual'nogo analiza dannyh // Sociologiya: nauchno-teoreticheskij zhurnal. – 2008. – №3. – С. 88-100.]
4. Кіпень В. Українське студентство: на що орієнтуємося і що цінуємо? // Управління освітою. – 2001. – № 22. – С. 10. [Kipen' V. Ukrayins'ke studentstvo: na shho oriyentuyemosa i shho cinuyemo? // Upravlinnya osvityu. – 2001. – № 22. – С. 10.]
5. Лапин Н. И. Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. – 1996. – № 5. – С. 3-23. [Lapin N. I. Modernizaciya bazovykh cennostej rossiyan // Sociologicheskie issledovaniya. – 1996. – № 5. – С. 3-23.]
6. Магун В.С., Руднев М.Г. Базовые ценности-2008: сходства и различия между россиянами и другими европейцами // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М.К. Горшков. – Вып. 10. М.; СПб.: Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. – С. 244-280. [Magun V.S., Rudnev M.G. Bazovyie cennosti-2008: sxodstva i razlichiya mezhdru rossiyanami i drugimi evropejcamy // Rossiya reformiruyushhayasya: Ezhegodnik-2011 / Otv. red.

akademik RAN M.K. Gorshkov. – Vyp. 10. M. ; SPb. : Institut sociologii RAN, Nestor-Istoriya, 2011. – S. 244-280.]

7. Магун В., Руднев М. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами / Украинское общество в европейском пространстве / Под ред. Е.Головахи, С.Макеева. – Киев: ИС НАНУ; ХНУ им. В.Н.Каразина. – 2007. – С. 226-273. [Magun V., Rudnev M. Zhiznennyye cennosti naseleniya: sravnenie Ukrainy s drugimi evropejskimi stranami / Ukrainское obshchestvo v evropejskom prostranstve / Pod red. E.Golovaxi, S.Makeeva. – Kiev: IS NANU; XNU im. V.N.Karazina. – 2007. – S. 226-273.]

8. Магун В. С., Руднев М. Г. Ценностная гетерогенность населения европейских стран: типология по показателям Р.Инглхарта // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2012. – № 3-4. С. 12-24. [Magun V. S., Rudnev M. G. Cennostnaya geterogennost' naseleniya evropejskix stran: tipologiya po pokazatelyam R.Inglxarta // Vestnik obshhestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii. – 2012. – № 3-4. S. 12-24.]

9. Патракова А.Л. Социально-классовые позиции и ценностные ориентации // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2009. – №1. – С.169–185. [Patrakova A.L. Social'no-klassovye pozicii i cennostnye orientacii // Sociologiya: teoriya, metody, marketinh. – 2009. – №1. – S.169–185.]

10. Подольская Е. Ценностные ориентации и проблема активности личности. – Х.: Основа. – 1991. – 167 с. [Podol'skaya E. Cennostnye orientacii i problema aktivnosti lichnosti. – Х.: Osnova. – 1991. – 167 s.]

11. Руженцева В.І. Політичні орієнтації пострадянського студентства: динаміка та факторна обумовленість [Текст] : автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Руженцева Віра Ігорівна; Харківський національний ун-т ім. В.Н.Каразина. – Х., 2007. – 20 с. [Ruženceva V.I. Polityčni oriєntacii postradians'koho studentstva: dynamika ta faktorna obumovlenist' [Tekst] : avtoref. dys... kand. sociol. nauk: 22.00.04 / Ruženceva Vira Ihorivna; Charkivskiy nacionalnyy un-t im. V.N.Karazina. – Ch., 2007. – 20 s.]

12. Ручка А.О. Ціннісна ментальність українського соціуму в першій декаді нового століття // Українське суспільство 1992–2009. Динаміка соціальних змін. – К.: ІС НАНУ, 2009. – С.285-292. [Ručka A.O. Cinnisna mentalnist' ukrajinskoho sociumu v peršij dekadi novoho stolittia //

Ukrajinske suspiľstvo 1992–2009. Dynamika social'nyh zmin. – K.: IS NANU, 2009. – S.285-292.]

13. Сокурянська Л. Г. Ціннісна детермінація становлення соціальної суб'єктності студентства в умовах соціокультурної трансформації. Автореф. дис. ... д-ра соціолог. наук : спец. 22.00.04 / Л.Г. Сокурянська; Харківський нац. ун-т ім. Володимира Каразина. – Х., 2007. – 44 с. [Sokurianska L. H. Cinnisna determinacija stanovlennia social'noi sub'iektnosti studentstva v umovach sociokulturnoi transformacii. Avtoref. dys. ... d-ra socioloh. nauk. : spec. 22.00.04 / L.H. Sokurianska; Charkivskiy nac. un-t im. Volodymyra Karazina. – Kh., 2007. – 44 s.]

14. Соціальне самопочуття, настрої та ціннісні орієнтації населення України [Електронний ресурс] / Інститут соціології НАН України. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Table/51006/socycolog.htm>. – Назва з екрану. [Socialne samopočuttia, nastroj i cinnisni oriєntacii naselenia Ukrainy [Elektronny resurs] / Instytut sociolohiji NAN Ukrainy. – Režym dostupu: <http://old.niss.gov.ua/Table/51006/socycolog.htm>. – Nazva z ekranu.]

15. Ядов В. А. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности. – Л.: Наука. – 1979. – 264 с. [Yadov V. A. Samoregulyaciya i prognozirovanie social'nogo povedeniya lichnosti. – L.: Nauka. – 1979. – 264 s.]

16. Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations. 2nd Edition, Thousand Oaks CA. – Sage Publications. – 2001. – 616 pp.

17. Inglehart R. Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies. – Princeton University Press, New Jersey. – 1997. – 440 pp.

18. Inglehart, R. and Baker, W. Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values // American Sociological Review. – 2000. – T. 65 (1). – pp. 19–51

19. Schwartz, S. H. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture, 2(1). – 2012. <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>

**Науковий керівник – професор Куценко О.Д.**  
Надійшла до редакції 12.04.14

L. Novikova MA Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## SOCIO-STRUCTURAL DIFFERENTIATION OF THE VALUE ORIENTATIONS OF UNIVERSITY STUDENTS

*The article analyzes the features of value orientations (in the materialist-post-materialist system of coordinates, according to R.Inglehart) of students of one of the leading universities in Ukraine and determinants of its differentiation. It was found that students' value consciousness has syncretic nature with the predominance of materialist values of security and external authorities. Inexpressiveness of post-materialist value orientations on individual freedom and self-development can be explained both by societal (macro) factors (economic "lag" and the relatively unstable political situation that accompany the transformation of society) and socialization features of modern generation of students in transition conditions.*

**Key words:** values, materialist and post-materialist values, social motives, students.

Л. Новикова, студ.  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

## СОЦИОСТРУКТУРНАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

*В статье анализируются особенности ценностных ориентаций (в системе материалистических-постматериалистических координат, по Р.Инглхарту) студентов одного из передовых вузов Украины и детерминанты их дифференциации. Обнаружено, что ценностное сознание студенчества имеет синкретический характер с преобладанием материалистических ценностей безопасности и внешних авторитетов. Невыразительность постматериалистических ценностных ориентаций на свободу и саморазвитие личности можно объяснить как социальными (макро) факторами (экономическим «отставанием» и относительно нестабильной политической ситуацией, сопровождающих трансформации общества), так и особенностями социализации поколения современного студенчества в переходных условиях.*

**Ключевые слова:** ценностные ориентации, материалистические и постматериалистические ценности, социальные мотивы, студенчество.

УДК 364.43

Ю. Орешета, асп.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

*Аналізуються особливості соціальної роботи як виду професійної діяльності, професійні вимоги до соціальних працівників, значення професійної ідентифікації для фахівців із соціальної роботи, а також визначаються компоненти та чинники професійної ідентичності. Професійна ідентифікація є двобічним процесом, що формується вже на етапі навчання професії соціального працівника. Однією з передумов ефективності соціальної роботи є наявність кваліфікованих кадрів відповідного рівня, компетентних, здатних до плідної роботи в соціальній сфері на рівні світових стандартів. Для соціального працівника-професіонала важливе місце займає усвідомлення себе суб'єктом професійної діяльності, тобто професійна ідентичність. До структури професійної ідентичності, на думку О. Тютті та Г. Мазарської, належать особистісні та фахові цінності, рефлексія, уявлення про професію, її прототипи, фахово-важливі якості. Автором визначено роль професійної ідентифікації для майбутніх фахівців із соціальної роботи. Встановлено, що необхідною умовою для оволодіння даною професією є соціальна спрямованість особистості, наявність відповідних соціальних якостей: гуманізму, доброзичливості, справедливості, відповідальності, терпеливості.*

**Ключові слова:** соціальна робота, фахівець із соціальної роботи, професійні якості, цінності, ідентифікація, професійна ідентифікація.

**Постановка проблеми.** На етапі становлення незалежності України та перетворення основних соціальних інститутів, держава зіткнулася з проблемами зuboжіння, соціально-правової незахищеності, безро-

біття, бідності, зростання чисельності людей з девіантною поведінкою. В зв'язку з цим, нагального вирішення потребували багато проблем. Застаріла система соціального забезпечення, яку успадкувала Україна

від колишнього СРСР, вже не виконувала формально закріплених за нею функцій.

Саме гострота соціально-економічної проблематики викликала необхідність розробки нової концепції та реформування підходів до соціальної роботи як професійної діяльності [Кривоконь, 2002: с.2].

Оскільки соціальна робота належить до типу професій "людина-людина", то, відповідно, діяльність фахівця із соціальної роботи повинна ґрунтуватися на засадах людяності, гуманізму, чесності, справедливості, конфіденційності тощо. Для належного виконання покладених на фахівців із соціальної роботи функцій, їм необхідно чітко усвідомлювати вимоги, що висуває професія до них та співвідносити їх з наявними можливостями. Це, у свою чергу, загострює проблему професійної ідентифікації, що стає необхідною умовою професійного становлення індивіда в професії.

**Мета статті** – проаналізувати значення професійної ідентифікації для майбутніх соціальних працівників та соціальної роботи в цілому як виду діяльності.

#### **Завдання статті:**

- проаналізувати особливості соціальної роботи в Україні як виду професійної діяльності;
- визначити основні професійні вимоги до соціальних працівників;
- охарактеризувати чинники, компоненти та характеристики професійної ідентичності фахівців із соціальної роботи.

Аналіз останніх публікацій досліджень. Питанням соціальної роботи як виду професійної діяльності та особливості фахівців із соціальної роботи присвячені раці відомих вітчизняних та українських дослідників – В.В. Абульханова-Славська, О.О. Бодальов, Є. І. Холостова, М.В. Фірсов, П.Д. Павленок, В.І. Курбатов, Н.І. Кривоконь, Н.Й. Капська, Т.І. Сила, В.В. Камаєва та ін.

Проблему ідентифікації вивчали багато західних дослідників, роботи яких умовно поділяють на два підходи: соціологічний (А. Шюц, П. Бергер, П. Бурд'є, Е. Дюркгейм, Е. Еріксон, Т. Лукман, П. Штомпка) та соціально-психологічний (З. Фрейд, Г. Келлі, Р. Ліфтон, Р. Мертон, Г. Мід, Д. Рісмен).

Виклад основного матеріалу. Соціальна робота – це діяльність, спрямована на сприяння кращої адаптації індивідів, сімей та груп до соціального середовища, в якому вони проживають, на розвиток самоповаги та самовідповідальності людей.

Є.І. Холостова розглядає соціальну роботу як професійне сприяння людям в успішному вирішенні їх життєвих проблем шляхом розвитку власних ресурсів людини та його соціального оточення [Холостова, 2006: с. 202].

Фахівець із соціальної роботи – це особа, яка має необхідні інтелектуальні, моральні, особистісні якості для виконання особливого, інтегрованого, універсального виду діяльності у соціальній сфері [Тюття, 2008: с.76].

Соціальна робота, як вид професійної діяльності, в 90-х роках ХХ століття отримує в Україні законодавче закріплення та офіційне визнання. Не дивлячись на те, що професія соціального працівника є новою і досить цікавою, однак в суспільстві до неї ставляться неоднозначно. Це зумовлено низкою об'єктивних та суб'єктивних факторів, що впливають на престижність даного виду професійної діяльності. Складності у формуванні громадського статусу соціальної роботи обумовлені тим, що люди більш старшого віку асоціюють її з радянською системою соціального забезпечення, мало обізнані з призначенням установ і закладів соціальної сфери, їх спрямованістю, основними досягненнями. Молодь та люди середнього віку не володіють інформацією щодо професійного портрету фахівців із соціальної роботи.

Хоча соціальна сфера нині активно потребує залучення молоді до даного виду професійної діяльності.

До основних професійних вимог щодо соціальних працівників в "Справочном пособи по соціальной работе" визначено: мати гарну професійну підготовку та знання в різних галузях: психології, соціології, педагогіки, фізіології, законодавства, інформатики, медицини, етики тощо; володіти високим рівнем загальної культури, ерудицією; володіти інформацією про сучасні соціальні, політичні, економічні процеси, що відбуваються в суспільстві та про різні соціальні групи суспільства; володіти можливістю "передбачення", тобто передбачати можливі наслідки своїх дій, твердо дотримуватися своєї життєвої позиції; володіти здатністю до розкриття клієнтів та налагодження комунікації з різними групами людей; мати професійний такт, викликати довіру у людей, дотримуватися принципу конфіденційності; володіти емоційною стійкістю, бути готовим до психічних навантажень, не дивлячись на можливі невдачі, добросовісно виконувати свої обов'язки, залишатися спокійним, щирим та уважним по відношенню до клієнта; вміти чітко формулювати свої думки, розумно їх представляти та приймати рішення в неочікуваних ситуаціях [Алексєєва, 1997: с.123].

На сучасному етапі в Україні формується багатоступенева, багаторівнева система підготовки фахівців із соціальної роботи. Підготовка фахівців із соціальної роботи здійснюється в різних навчальних закладах за освітньо-кваліфікаційними рівнями – молодший спеціаліст, бакалавр, спеціаліст, магістр.

Однак підготовка фахівців однієї з найбільш багатофункціональних професій не може відразу сформуватися й функціонувати як цілісна система, особливо в соціально-політичних та економічних обставинах сучасного українського суспільства.

Є. І. Холостова, провідний спеціаліст у галузі соціальної політики та соціальної роботи в Росії, зазначає, що формування системи підготовки із соціальної роботи являє собою складну багатоаспектну діяльність, чітко спроектовану у часі, що реалізується у декілька етапів та на різних рівнях. Перший рівень – орієнтувально-дослідницький (ознайомлення із суб'єктами, умовами, засобами і напрямками майбутньої професійної діяльності, її прогнозування); другий передбачає власне навчальну діяльність (поєднання її теоретичних і практичних аспектів, взаємодія студентів з навчально-методично-адміністративним складом навчального закладу, контроль та атестація); на третьому рівні відбувається саморозвиток, самовдосконалення фахівця [Холостова, 2001: с.309].

Як наголошує В.В. Камаєва, дослідження проблем світоглядної складової професійної діяльності соціального працівника посідає значне місце в сучасному науковому доробку, який напрацьовується як в нашій державі, так і за її кордонами.

Сьогодні соціальна сфера зіткнулась із важливими проблемами готовності та придатності людини до цього виду діяльності. Не підлягає жодному сумніву, що формування світоглядної складової фахівця також полягає у поглибленні розуміння категорій "професійна компетентність" та "психологічна готовність" до професійної діяльності. Адже однією з передумов ефективності соціальної роботи є наявність кваліфікованих кадрів відповідного рівня, компетентних, здатних до плідної роботи в соціальній сфері на рівні світових стандартів. У формуванні фахівця такого рівня суттєву роль відіграють як природні дані, так і бажання вчитися, настанови, ціннісні орієнтації, вольові зусилля людини, яка обрала професію соціального працівника.

Недостатні психологічна готовність та практична компетентність стають причиною того, що молодий спеціаліст із соціальної роботи часто не в змозі надати потрібну клієнтові допомогу. Отже, в процесі професійної підготовки, оцінці її ефективності, доцільно орієнтуватися не на окремі властивості психіки майбутнього фахівця, а на формування в процесі навчання особистості як цілісного утворення, на її системні якості, соціальну спрямованість, психологічну готовність випускника навчального закладу до професійної діяльності [Камаєва : с.2].

Для соціального працівника-професіонала важливе місце, поряд із психологічною готовністю, посідає й така особистісна характеристика, як усвідомлення себе суб'єктом професійної діяльності, тобто професійна ідентичність.

Становлення фахівця із соціальної роботи як момент розвитку життєвого шляху, окрім озайомлення з вимогами, що перед ним ставить суспільство і професія, включає й момент оцінювання своїх власних можливостей та набуття відповідних якостей, які допоможуть ідентифікувати себе як фахівця. Усвідомлення себе як професійного соціального працівника, поряд із впевненістю в правильності обраного шляху, є необхідним кроком до самоідентифікації.

Розвиток особистого інтересу до обраної професії, формування професійно-мотиваційних установок на діяльність у певній галузі, а також професійно-особистісної "Я-концепції", сприяє входженню в реальну модель майбутньої діяльності у вищому навчальному закладі слід використати для визначення вектора професійних цілей, професійного самовизначення й адаптації [Фирсов, 2001: с.253].

Оскільки професія соціального працівника спрямована на соціальну сферу, необхідною умовою для оволодіння даною професією є соціальна спрямованість особистості, наявність відповідних соціальних якостей: гуманізму, доброзичливості, справедливості, відповідальності, терпеливості, рівноваженості, готовності стати на захист клієнта, прийти на допомогу, підтримати. Тобто основою професійної діяльності соціального працівника є компетентність і професіоналізм [Тюптя, 2008: с.76].

Основою ж компетентності і професіоналізму є реалізація таких вимог до професії і фахівця: необхідний рівень загальноосвітніх знань, медичні вимоги, вимоги до схильностей та інтересів, психофізіологічні вимоги, вимоги до інтелекту та емоційно-вольової сфери, до морально-ділових якостей [Тюптя, 2008: с.87].

В свою чергу компетентність і професіоналізм багато в чому залежать від особливостей професійної ідентифікації у даній сфері.

Першопочаткове, філософське розуміння ідентифікації, на думку І.І. Старовойтової, полягає в тому, що ідентифікація виступає як один із універсальних методів пізнання дійсності, як засіб виявлення, перш за все, відповідності між собою різних за обсягом понять. Наприклад, щоб ідентифікувати індивіда як інтелегента, потрібно знати суттєві ознаки соціальної групи інтелігенції і виявити ці ознаки в даному індивіді. Але в соціальній філософії та соціології поняття "ідентифікація" виходить за межі епістемології (гносеології). В цих галузях знань і особливо в емпіричних соціологічних дослідженнях ідентифікація розглядається як соціальний процес становлення та розвитку суспільних відносин, взаємодії між людьми на основі тих соціальних позицій, які вони займають, і тих соціальних ролей, які вони відіграють у суспільстві. При цьому мова йде не про виявлення певних ознак й ідентифікації, а про їх виникнення, трансформацію та взаємодію сукупності ідентифікаційних ознак, притаманних даній соціальній ролі, особистих якостей особи і суб'єк-

тивного сприйняття нею свого місця, статусу в соціальній спільноті [Старовойтова, 1999: с.77].

Ідентифікація є складним пізнавальним процесом визначення причетності індивіда до певної спільноти. Це виявлення не просто тотожності чи самототожності соціальних явищ, це – важливий момент міжособистісних і групових відносин на підставі емоційного сприйняття і раціонального усвідомлення індивідами і групами солідарності або відчуження, поділу людей на тих, хто входить у певне коло, й тих, хто є іншими, чужими або ворожими стосовно тієї верстви, з якою людина ідентифікує себе.

Ідентифікація є процесом становлення та розвитку суспільних відносин, взаємодії між людьми на основі тих соціальних позицій, які вони займають і тих соціальних ролей, які вони відіграють у суспільстві [Пташник-Сердюк, 2012: с.61].

Специфіка ж соціологічного підходу полягає в розгляді того, які соціальні інститути (і чому саме ці, а не інші) чинять найбільший вплив на самовизначення особистості, і які наслідки наявності чи відсутності процесу ідентифікації [Старовойтова, 1999: с.77].

При цьому, враховуючи множинність соціальних ролей, в яких виступає одна і та ж людина, система ідентифікації завжди носить ієрархічний характер і принципове значення має питання про те, в якій послідовності співвідносять себе люди з різними спільнотами, що змушує їх вибирати саме цю систему ідентифікації.

Ідентифікація себе з іншими може бути свідченням про бажання належати чи не належати до певної соціальної групи. Адже приналежність до колективу, групи чи спільноти є базовою соціальною потребою, яку виділяє американський соціолог А. Маслоу – творець ієрархічної теорії потреб [Пташник-Сердюк, 2012: с.62].

П. Л. Бергер робить висновок про те, що суспільство жорстко визначає ідентифікаційні атрибути відповідно до соціальної ролі, "нагороджує" ними для виконання даної ролі і швидко позбавляє цих атрибутів з включенням індивіда до ролі нової. З цим важко не погодитися, але не треба й недооцінювати екзистенційних рис особи; адже не кожна людина може стати священником, так само, як і не кожна людину можна зломити у в'язниці. Мається на увазі, що ідентифікація – двосторонній соціальний процес: людина стає представником певної соціальної спільноти завдяки, перш за все, тому, що вже має х оча б і в нерозвиненому потенціальному плані певні якості – ознаки, що дозволяють їй вважатися якось причетною до цієї спільноти. В той же час кожна соціальна група "тисне" на особу в напрямку

конформізму й ідентифікації, "шліфує" особисті якості індивіда відповідно до тієї соціальної ролі, яка йому відводиться або яку він сам перейняв на себе власним зусиллям [Бергер, 1995: с.163].

Професійна ідентифікація є двобічним процесом: людина стає представником певної соціальної групи завдяки тому, що вона має певні ознаки, які дозволяють їй вважатися причетною до цієї спільноти. Водночас кожна соціальна група "шліфує" особистісні якості індивіда відповідно до тієї соціальної ролі та професії, яка йому відводиться.

Спочатку професійна ідентифікація розглядалася вченими в межах розгляду процесів професійного становлення, розвитку професійної "Я-концепції".

Досліджуючи питання професійної ідентичності на прикладі професії "соціальний працівник" О.Тюптя, Г.Мазарська відзначають актуальність даної проблематики, оскільки зростає попит на послуги спеціалістів даної сфери та збільшується кількість практикуючих фахівців, але ця кількість не завжди відповідає якості.

Основними компонентами, розробленої О.Тютюєю та Г. Мазарською, соціально-психологічної структури професійної ідентичності є особистісні та фахові цінності, рефлексія, уявлення про професію, її прототиби, фахово-важливі якості.

Перший компонент – особистісні та фахові цінності – виступають життєво важливими компонентами практики соціальної роботи, адже соціальні працівники є морально відповідальними за свої дії як перед клієнтами та колегами, так і перед своїми працедавцями (державою в особі уповноважених органів). Рівень же ціннісних орієнтацій виявляється у ставленні людини до діяльності в цілому, а також в її місці, значенні в житті особистості.

Другий компонент – рефлексія – розглядається авторами як здатність до спостереження "з боку", об'єктом якого є суб'єкт професійної діяльності, а професійна рефлексія соціального працівника розглядається як здатність, що забезпечує формування навички систематичного самоаналізу з подальшою творчою активізацією своєї фахової діяльності.

Третій компонент – прототиби професії – це стійкий образ або стійке уявлення про певні аспекти фахової діяльності або людей, які є представниками тієї чи іншої професійної групи. Тобто прототиби професії є емпіричним буттям ідентифікації, яка є заданою, однак не втрачає свого суб'єктивного змісту.

Четвертий компонент – професійно важливі якості – це багаторівнева система властивостей та характеристик людини, принципово важливих для виконання фахової діяльності. Структура професійно важливих якостей залежить від комплексу "зовнішніх" та "внутрішніх" відносно суб'єкта професійної діяльності, факторів, що прямо або опосередковано визначають характер вимог і перелік функціональних обов'язків представників певних посад. Тобто, з точки зору функціонального підходу професійно важливі якості є відображенням, актуалізацією особистісних якостей, психофізіологічних характеристик і функцій, професійних знань, умінь і навичок людини на вимоги, що висувуються до неї фаховою діяльністю та соціальними умовами її виконання [Тютює, 2006: с.109-110].

Виходячи з основних принципів соціальної роботи та практичної діяльності науковці дійшли висновку, що у прагненні досягнути стабільності, внутрішньої впевненості особистості та суспільства в цілому, необхідно спиратися на особистісний потенціал людини, її творчу сутність. Людину неможливо змінити, примусити бути щасливою, якщо вона сама не може брати участь у процесі вирішення проблеми. Соціальна робота, як система теоретичних знань та заснована на них практика, має на меті забезпечити соціальну справедливість шляхом "наснаження й підтримки найменш захищених верств суспільства та протидії факторам соціального виключення" [Бондаренко, 2004: с.15].

Особливу увагу необхідно звертати на відбір майбутніх студентів, що прагнуть стати фахівцями із соціальної роботи, на якість атестації їх знань в процесі навчання та по його завершенні. Проводити комплексні екзамени зі спеціальності та захист кваліфікаційних робіт доречніше таким чином, щоб можна було оцінити рівень та ступінь готовності студентів до майбутньої професійної діяльності [Холостова, 2006: с.649].

Кожен фахівець із соціальної роботи, як представник певної професійної групи, повин використовувати в своїй діяльності такі специфічні цінності як: прагнення до визнання переваги індивіда над суспільством, повага конфіденційності клієнтів, готовність до передачі знань, умінь та навичок іншим, повага до індивідуальних та групових відмінностей людей, розвиток у клієнта

здатностей вирішувати свої проблеми самостійно [Холостова, 2006: с.652].

Н.І. Кривоконь, в результаті численних досліджень, дійшла висновку, що професійна самоідентифікація фахівців системи соціального захисту населення зумовлюється такими чинниками, як:

- 1) професійні образи "Я";
- 2) мотиваційні характеристики;
- 3) професійні риси та особистісні якості, ціннісно-потребові орієнтири;
- 4) формуючі впливи.

Характеристики цих чинників залежать від змісту конкретної виконуваної діяльності в межах системи соціального захисту. Цілеспрямовано впливаючи на означені чинники шляхом спеціально організованої навчально-виховної діяльності, можна регулювати процес формування професійної самосвідомості соціальних працівників [Кривоконь, 2002: с.3].

Отже, можна сказати, що це процес особистісного прийняття професії, підпорядкування себе очікуванням соціуму відповідно до вимог соціально-функціональних ролей, що складають суть соціальної роботи.

Про певні елементи моделі фахівців із соціальної роботи, яка відображає різні підходи у відображенні інтегративного, міждисциплінарного характеру професії, складність і глибину взаємозв'язків і взаємовідносин мовиться тоді, коли зазначається, що крім володіння необхідним арсеналом знань, знань, умінь і навичок, у соціального працівника формується позитивна налаштування на життя і сприйняття інших людей, певна система цінностей, які узгоджуються і не вступають у суперечність із сутністю і змістом соціальної роботи, поведінка, що не суперечить суспільним нормам і традиціям. Виходячи з цього можна констатувати той факт, що окрім певних професійних вимог, до соціального працівника висувуються високі вимоги щодо світоглядної сфери і власної життєвої позиції [Тютює, 2008: с.82].

**Висновки.** Проблема професійної ідентифікації завжди була і залишається до тепер важливою умовою в становленні фахівців будь-якої сфери діяльності, однак у соціальній роботі дослідження її значення та особливостей є вкрай необхідними для подальшого розвитку соціальної роботи як сфери діяльності та вдосконалення системи підготовки фахівців із соціальної роботи.

Осмислення проблеми професійної ідентифікації соціальних працівників обумовлене процесами трансформації, які відбуваються не тільки в Україні, а й на всьому пострадянському просторі.

Становлення майбутніх фахівців із соціальної роботи як суб'єктів суспільного виробництва відбувається в умовах руйнування традиційних соціально-регулятивних механізмів, що стало однією із характерних рис сучасного стану реформування українського суспільства. Унікальним потенціалом для вирішення цього завдання має стати такий багатоплановий, комплексний феномен як ідентифікація професійних груп, який формує світогляд особистості, її ціннісні орієнтації, погляди, установки і транслює ідеї, соціальні настрої, стереотипи поведінки і т.п.

Актуальним завданням сучасної підготовки фахівців у галузі соціальної роботи є ідентифікація, як процес формування необхідних особистісних якостей та професійних компетенцій шляхом налагодження тіснішого взаємозв'язку навчання з майбутньою професійною діяльністю.

Поряд із здобуттям знань у процесі навчання процес ідентифікації спрямований на виявлення придатності студента до соціальної роботи. При цьому визначальним чинником виступає система цінностей кандидата, яка врешті-решт характеризує його професійну придатність і ефективність майбутньої практичної діяльності.

Крім цього, аналізуючи особливості соціальної роботи як виду професійної діяльності, можна сказати, що актуальною проблемою сучасної підготовки фахівців у галузі соціальної роботи є необхідність налагодження тіснішого взаємозв'язку навчального процесу з майбутньою професійною діяльністю.

#### Список використаних джерел

1. Бергер П.Л. Общество в человеке /П.Л. Бергер// Социологический журнал. – 1995. – №2. – с. 162-180. [Berger Peter Ludwig. Society & The Individual /P.L. Berger// Sociology'scheskyj zhurnal. – 1995. – #2. – s. 162-180.]
2. Старовойтова І.І. Ідентифікація як філософська і соціологічна категорія/ І.І. Старовойтова // Вісник ОДУ. – Т.4. – Вип. 2. – 1999. – с. 75-78. [Starovojtova I.I. Identyfikacija yak filosof's'ka i sociologichna kategoriya/ I.I. Starovojtova // Visnyk ODU. – T.4. – Vyp. 2. – 1999. – s. 75-78.]
3. Камаєва В.В. Світоглядна складова соціальної роботи [Електронний ресурс] : Режим доступу : [http://novyn.kpi.ua/2007-1/03\\_Kamaeva.pdf](http://novyn.kpi.ua/2007-1/03_Kamaeva.pdf). [Kamajeva V.V. Svitoglyadna skladova social'noyi roboty] [Elektronnyj resurs] : Rezhy'm dostupu : [http://novyn.kpi.ua/2007-1/03\\_Kamaeva.pdf](http://novyn.kpi.ua/2007-1/03_Kamaeva.pdf).]
4. Кривоконь Н. І. Соціально-психологічні чинники професійної самоідентифікації фахівців системи соціального захисту населення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психолог. наук : 19.00.05 "Соціальна психологія" / Н.І. Кривоконь. – Київ, 2002. – 20 с. [Kry'vokon' N. I. Social'no-psy'xologichni chy'nny'ky' profesijnoyi samoidentyfikacijy faxivciv sy'stemy social'nogo zaxy'stu naselennya : avto'ref. dy's. na zdobuttya nauk. stupenya kand. psy'xolog. nauk : 19.00.05 "Social'na psy'xologiya" / N.I. Kry'vokon'. – Ky'viv, 2002. – 20 s.]
5. Алексеева Л.С. Справочное пособие по социальной работе / Л.С. Алексеева, П.В. Бобкова, Г.Ю. Бурлака и др.; Под ред. А.М. Панова, Е.И. Холостовой. – М.: Юристъ, 1997. – 168 с. [Aleksееva L.S. Spravochnoe posoby'e po socy'al'noj rabote / L.S. Aleksееva, P.V. Bobkova, G.Yu. Burlaka y' dr.; Pod red. A.M. Panova, E.Y'. Xolostovoj. – M.: Yury'st', 1997. – 168 s.]
6. Лукашевич М.П. Соціальна робота (теорія і практика): Підручник/М.П. Лукашевич, Т.В. Семігїна. – К.: Каравела, 2009. – 368 с. [Lukashevych M.P. Social'na robota (teoriya i prakty'ka): Pidruchnyk/M.P. Lukashevych, T.V. Semy'gina. – K.: Karavela, 2009. – 368 s.]
7. Бондаренко Н.Б. Соціальна робота: В 3 ч. / Н. Б. Бондаренко, І. М. Гріга, Н. В. Кабаченко та ін. – К., 2004.- Ч.1. [N.B. Bondarenko. Social'na

robota: V 3 ch. / Bondarenko N. B., Gry'ga I. M., Kabachenko N. V. ta in. – K., 2004.- Ch.1.]

8. Голоденко Олена . Аналіз теоретичних підходів до вивчення феномену ідентичності в соціогуманітарних науках [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/1522/1/Golodenko-2.pdf>. [Golodenko Olena. Analiz teorety'chny'x pidxodiv do vy'vchennya fenomenu identy'chnosti v sociogumanitarny'x nauках [Elektronnyj resurs] : Rezhy'm dostupu: <http://esnuir.eunu.edu.ua/bitstream/123456789/1522/1/Golodenko-2.pdf>.]

9. Пташник-Сердюк О. І. Соціологічний аналіз процесу ідентифікації/ О.І. Пташник-Сердюк// Наукові праці. Соціологія. – 2012. – Випуск 189.- Т. 201.- с. 60-64. [Ptashny'k-Seredyuk O. I. Sociologichnyj analiz procesu identyfikacijy/ O.I. Ptashny'k-Serdyuk// Naukovi pracj. Sociologiya. – 2012. – Vypusk 189. – T. 201. – с. 60-64.]

10. Тюптя Л.Т. Соціальна робота: теорія і практика: Навч. посіб. /Л.Т. Тюптя, І.Б. Іванова. – Вид. 2-ге, перероб. і доп.–К.: Знання, 2008. – 574 с. [Tyuptya L.T. Social'na robota: teoriya i prakty'ka: Navch. posib. /L.T. Tyuptya, I.B. Ivanova. –Vy'd. 2-ge, pererob. i dop.–K.: Znannya, 2008. – 574 s.]

11. Тюптя О., Мазарська Г. До питання про вимірювання професійної ідентичності (на прикладі професії "соціальний працівник")/ Тюптя О., Мазарська Г. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Соціологія. Психологія. Педагогіка). – №24-25. -2006 р. – с.109-113. [Tyuptya O., Mazars'ka G. Do py'tannya pro vymiryuvannya profesijnoyi identy'chnosti (na pry'kladi profesiji "social'nyj pracivny'k")/ Tyuptya O., Mazars'ka G. // Visnyk Ky'yivs'kogo nacional'nogo universy'tetu imeni Tarasa Shevchenka (Sociologiya. Psy'xologiya. Pedagogika). – #24-25. -2006 r. – s.109-113.]

12. Холостова Е.И. Теория социальной работы / Под ред. Е. И. Холостовой. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 427 с. [Xolostova E.Y'. Teory'ya socy'al'noj raboty / Pod red. E. Y'. Xolostovoj. – M.: YNFRA-M, 2001. – 427 s.]

13. Холостова Е.И. Социальная работа: Учебное пособие /Е.И. Холостова: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". – 3-е изд. – М.: – 2006. – 668 с. [13. Xolostova E.Y'. Socy'al'naya robota: Uchebnoe posoby'e /E.Y'. Xolostova: Y'zdatel'sko-torgovaya korporacy'ya "Dashkov y' K". – 3-e y'zd. – M.: – 2006. – 668 s.]

14. Фирсов М. В. Теория социальной работы/ М.В. Фирсов, Е.Г. Студенова. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – 370 с. [Fy'rsov M. V. Teory'ya socy'al'noj raboty/ M.V. Fy'rsov, E.G. Studenova. – M.: Gumany't. y'zd. centr VLADOS, 2001. – 370 s.]

Надійшла до редакції 18.03.14

Y. Oresheta, PhD student,  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### BASIC DESCRIPTIONS OF PROFESSIONAL IDENTIFICATION OF FUTURE SOCIAL WORKERS

*The features of social work as a type of professional activity, professional requirements to the social workers, value of professional identification for specialists of social work are analysed in the article, and also components and factors of professional identity are determined. Identification plays an important role in the life of a human as a social being. A sociological interpretation of this phenomenon involves the process of entity unification with another individual or a group on the basis of constant emotional connection; and inclusion their norms, values and behavior patterns into his inner world perceiving them like his own ones. Professional identification is a bilateral process which is formed already on the stage of studies of profession of social worker. One of entrance terms of efficiency of social work is the presence of skilled shots of the proper level, competent, apt at fruitful work in a social sphere at the level of world standards. For the social professional of worker an important place is occupied by the awareness of itself by the theme of professional activity, that is professional identity. To the structure of professional identity, in opinion of O. Tyupti and G. Mazarskoy, belong personality and professional values, reflection, presentation about a profession, her prototypes, professionally important qualities. By an author certain the role of professional authentication for future specialists on social work.*

*Key words: social work, specialist of social work, professional qualities, values, identification, professional identification.*

Ю. Орешета, асп.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

### ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

*В статье анализируются особенности социальной работы как вида профессиональной деятельности, профессиональные требования к социальным работникам, значение профессиональной идентификации для специалистов по социальной работе, а также определяются компоненты и факторы профессиональной идентичности. Одним из условий эффективности социальной работы является наличие квалифицированных кадров соответствующего уровня, компетентных, способных к плодотворной работе в социальной сфере на уровне мировых стандартов. Для социального работника-профессионала важное место занимает осознание себя субъектом профессиональной деятельности, то есть, профессиональная идентичность. Профессиональная идентификация является двусторонним процессом, которая формируется уже на этапе обучения профессии социального работника. В структуру профессиональной идентичности, по мнению О. Тюпти и Г. Мазарской, входят личностные и профессиональные ценности, рефлексия, представления о профессии, ее прототипы, профессионально-важные качества. Автором определена роль профессиональной идентификации для будущих специалистов по социальной работе. Установлено, что необходимым условием для овладения этой профессией является социальная направленность личности, наличие соответствующих социальных качеств: гуманизма, добродушия, справедливости, ответственности, терпеливости.*

*Ключевые слова: социальная работа, специалист по социальной работе, профессиональные качества, ценности, идентификация, профессиональная идентификация.*

## КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ І СМИСЛОВІ СТРУКТУРИ

УДК 316.642.3:659.1

А. Кліменкова, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

КОМЕРЦІЙНА РЕКЛАМА: ВПЛИВ НА СПОЖИВАЧА  
ЧЕРЕЗ ФОРМУВАННЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

*Автор статті досліджує механізми впливу комерційної реклами на свідомість споживачів, зокрема, процеси трансляції цінностей і формування потреб. Ціннісні орієнтації розглядаються як похідна від суб'єктивної картини світу, образу соціальної реальності, який сформувався в свідомості індивіда в процесі соціалізації.*

*У статті реклама досліджується з точки зору її впливу на формування і функціонування соціально-міфологічного компоненту масової свідомості. Трансляція рекламою ціннісних орієнтацій відбувається через засвоєння реципієнтом реклами соціальних міфологем, включених до рекламного послання, через формування смислового зв'язку рекламованого товарного бренду з міфологемами. Асоціації товарного бренду з міфологемами, поширеними у масовій свідомості, створюються за допомогою формування відповідних конотативних смислів, якими наділяється цей товар. Наділення об'єктів, що представлені в рекламі, новими, конотативними смислами, перетворює їх в об'єкти ціннісного ставлення.*

*Ключові слова: комерційна реклама, суб'єктивна реальність, ціннісні орієнтації, міфологема, конотація.*

Комерційна реклама стала не лише одним з важливих каналів отримання членами суспільства інформації про властивості товарів, але й транслятором соціальних цінностей, стереотипів, норм поведінки. Як зазначає Л. Федотова, "реклама сприяє гомогенності, одноманітності потреб, цінностей, моделей поведінки і тим самим утворює стійкість соціальної спільноти та одночасно призводить до змін у свідомості її членів орпо характеристик, тобто вона змінює, підтримуючи" [Федотова, 2007: с. 233].

Однак, при констатації впливу реклами на формування ціннісних орієнтацій її реципієнтів недостатньо розкритими залишаються його природа та механізми (що і становить проблему цього дослідження). Тому метою цієї статті є розкриття одного з важливих аспектів цього впливу – формування суб'єктивної картини соціальної реальності, яке відбувається у свідомості споживачів під впливом комерційної реклами. Образ соціальної реальності є когнітивною основою особистісних диспозицій (у тому числі ціннісних орієнтацій). Зокрема, передбачається дослідити роль реклами в трансляції соціальних міфологем, які мають значний вплив на формування суб'єктивної картини світу.

Розуміння пояснення того, яким саме чином реклама формує свідомість і поведінку споживачів, істотно відрізняється залежно від методологічних позицій дослідників. Так, у рамках структурно-функціонального підходу реклама розглядається як соціальний інститут, який надає "членам соціуму інформаційні моделі ідеальних споживчих благ та ідеальної споживчої поведінки" [Савельєва, 2006]. Тобто і ціннісні орієнтації бачаться як певні "зразки", готові ментальні схеми, які індивід засвоює в процесі соціалізації і відтворює у своїй діяльності. Певною мірою таке розуміння механізму формування ціннісних орієнтацій ототожнює засвоєння ментальних схем, зразків поведінки, цінностей з їх "нав'язуванням" індивіду суспільством, що призводить до виникнення феномену "одновимірної людини", про який писав Г. Маркузе, – ситуації, коли люди в суспільстві підкоряються однаковим бажанням, сформованим культурою "суспільства споживання", у тому числі і під впливом реклами. Такі люди не є вільними, вони підконтрольні суспільству, і цей контроль здійснюється саме через "нав'язування" їм цінностей, потреб, бажань [Marcuse, 1991].

Ці ідеї Г. Маркузе перекликаються з ідеями З. Фрейда, який вважав, що ціннісний імператив суспільства ("Над-Я") проявляється у нав'язуванні суспільством індивіду певних норм поведінки, що пригнічують безсвідоме людини ("Воно") [Фрейд, 1991: кн.1, с. 351-392].

Однак, на думку автора, у вищенаведених підходах не враховується те, що самим індивідом його ціннісні орієнтації розглядаються як найбільш раціональні форми відображення соціальної реальності, реагування на неї і взаємодії з нею, виходячи з тієї картини соціальної реальності, яка сформувалася в його свідомості. Ціннісні орієнтації мають у своїй основі, ґрунтуються на суб'єктивній картині реальності. Таке бачення природи ціннісних орієнтацій узгоджується з принципами інтерпретативної соціології. Так, У. Томас вважав, що людина діє в реальному світі, орієнтуючись на свої уявлення про реальність. Цю позицію він сформулював у вигляді відомої "теореми Томаса": "Якщо людина визначає ситуації як реальні, вони є реальними за їхніми наслідками" (цит. За: [Merton, 1995: р. 395]).

Згідно з Д. Дубровським, базисною структурою суб'єктивної реальності є "єдність протилежних модальностей "Я" і "Не-Я", що утворюють "динамічний біполярний контур, в якому здійснюється рух "змісту" суб'єктивної реальності. Цей рух "змісту" є процес віддзеркалення об'єкта і одночасно ціннісне ставлення до того, що відображується" [Дубровський, 2002: с. 88]. Явища і об'єкти реальності цікаві для індивіда лише тією мірою, якою вони мають смисл, значення для його життєдіяльності. Ці смисли творяться культурою, саме вона формує суб'єктивну, символічну реальність, на основі якої формуються ціннісні орієнтації.

Існує досить багато визначень реклами. Зокрема, О. Медведєва визначає рекламу як "різновид масової комунікації, в якому створюються і поширюються інформативно-образні, експресивно-сугестивні тексти односпрямованого і неособистого характеру, оплачені рекламодавцем й адресовані ним групі людей з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцю вибору і вчинку" [Медведєва, 2008: с. 6]. Це визначення охоплює не лише комерційну, але й соціальну та політичну рекламу, однак, його можна "звужити" для визначення комерційної реклами, додавши до заключної частини визначення уточнення: "...з метою спонукати їх до потрібних рекламодавцю вибору і вчинку у сфері споживання, придбання певного товару чи послуги". Це спонукання здійснюється насамперед через "конструювання і поширення ідеального образу (іміджу) товару як нормативної моделі" [Рапай, 2008: с. 421].

На думку Р. Барта, "будь-яка реклама є повідомленням: у неї є відправник (фірма, якій належить запущений у продаж і вихвалюваний товар), одержувач, тобто публіка, і канал передачі, тобто саме те, що називається носієм реклами". При цьому, як вважає цей дослід-



ник, кожна рекламна фраза містить два повідомлення: "Перше повідомлення утворює фраза, яка читається ... в її буквальному сенсі", друге ж повідомлення описує "вищу якість рекламованого товару... Позначуване вторинного повідомлення насправді утворюється всім первинним повідомленням в цілому, тому і говорять, що вторинне повідомлення конотативне стосовно первинного (яке носить характер простої денотації)" [Барт, 2003: с. 410-411].

Якщо денотативне значення дає "описове" уявлення про об'єкт або клас об'єктів, що об'єднуються за наявністю певних властивостей (наприклад, "автомобіль – чотириколісний засіб пересування, що приводиться в рух двигуном"), то конотативне значення – це будь-яка додана до денотативної інформація, яка надає об'єкту новий смисл. Стосовно рекламованих товарів – це найчастіше смисл, не пов'язаний з їх утилітарними властивостями (наприклад, автомобіль як символ достатку і престижу). Цей смисл, власне, і є "вищою якістю рекламованого товару", про яку писав Р. Барт.

Окрім того, ця "вища якість" товару, цей "новий смисл" (так, як він подається в рекламі) є тією ціннісною послілкою, яка підноситься реципієнту рекламного повідомлення. Тобто, коли говориться, що товар "найкращий", то одночасно говориться і те, з якої точки зору він найкращий – він приносить щастя, красу, вроду, здоров'я тощо. Тобто "вища якість" товару, співвідноситься з певною системою цінностей і ці цінності тим самим теж транслюються споживачеві.

Є. Бартмінський визначає конотацію як "сукупність не завжди пов'язаних, але закріплених у культурі даного суспільства асоціацій", які утворюють супутньому значенню "змістовні елементи, логічні й емотивні, що складаються в стереотип" [Bartminski, 1980: р. 13-14].

Слід більш детально зупинитися на співвідношенні понять "конотація" і "асоціація". Розглянемо це на прикладі лексичної конотації. Ю. Апресян визначає лексичні конотації як смислові елементи, "що відображають пов'язані зі словом культурні уявлення і традиції, пануючу в даному суспільстві практику використання відповідної (слову. – А. К.) речі та багато інших позамовних чинників... Ці елементи безпосередньо не входять до семантики слова" [Апресян, 1974: с. 67-68]. Отже, якщо лексичні конотації (додані, супутні смисли) є відображенням не власного семантичного значення слова, а тих культурних уявлень, що з ним пов'язані, то і проявлятися вони можуть насамперед через асоціації (етимологія цього терміну походить від латинського *associatio*, що означає "пов'язувати", "прив'язувати") – супутні образи, які виникають у свідомості представників соціокультурної спільноти при вживанні певної лексичної одиниці (слова) під впливом культурної традиції, яка регламентує вживання цього слова у цій культурі.

Якщо поняття "конотація" відображає сутність феномену (наявність у певного знака не лише "прямого", денотативного значення, але й супутніх, доданих значень), то поняття "асоціація" відображає механізм прояву цього феномену, а також механізм його сприйняття реципієнтами знаків та знакових систем.

Творення конотацій пов'язане з процесами символізації, утворення символів. Змістове наповнення символу носить конвенціональний, приписаний культурою характер, а зміст символу має конотативну природу, оскільки наповнюється смислами, сформованими, "доданими" до символічного образу певною культурною традицією. Як зазначає К. Свасьян, фундаментом культурного пізнання є "символізм, або градація методів, що моделюють світ". Модель же "завжди ґрунтується на аналогії" [Свасьян, 2010: с. 154-155]. Одним же з проявів відтворення ре-

льності за аналогією є асоціація, оскільки асоціація будується на пов'язуванні образів двох чи кількох об'єктів за принципом їх подібності в якомусь важливому для суб'єкта сприйняття відношенні.

Отже, рекламне повідомлення є конотативним за змістом і має асоціативний (за формою прояву для реципієнта реклами) характер: "воно складається зі всіх вторинних, іноді досить далеких, смислів, які я асоціюю з першим повідомленням ... Елементи асоціативного повідомлення не "копіюють" те, що потрібно позначити, а лише натякають, "наводять думку" на нього; зв'язок між позначаючим і позначуваним слабо вмотивований, має за основу мінливі культурні асоціації. ... Центральна точка рекламної мови розміщена в асоціативному повідомленні... Застосовуючи ретельно розроблені прийоми зображення (фотогенію, монтаж, мізансцени) реклама навіює глядачеві відчуття якоїсь глибокої сутності речей" [Барт, 2003: с. 446, 451].

Особливо високою є ефективність створення таких асоціацій у візуальній рекламі. Це пов'язано з тим, що на відміну від вербального тексту, зв'язок денотативного і конотативного значень у візуальному зображенні є прямим, очевидним і зрозумілим кожному, хто знайомий із візуальною символікою даної культури. Але ця "очевидність" і "зрозумілість" стає можливою лише тоді, коли культура забезпечує єдину для всіх реципієнтів зображень систему кодування та декодування цих зображень: "візуальна комунікація як деяка соціальна взаємодія, опосередкована символами, неможлива без володіння її учасниками здатністю до кодування та декодування повідомлень, тобто мислення і почуття людей, що відображаються в тих чи інших візуальних образах, повинні існувати в рамках певної візуальної мови – лише в тому випадку вони можуть бути зрозумілими для учасників комунікації" [Назаров, 2009: с. 7].

Як зазначає К. Батаєва, надефективність візуальної реклами в плані нав'язування певних моделей соціальної поведінки зумовлена тим, що, "по-перше, візуально оформлений зміст куди багатший за вербально оформлений, а тому набагато швидше і глибше "занурюється" у свідомість людини. По-друге, багатократне повторення, відтворення візуально насичених, темпорально стислих іру сном ь о (що є суттю рекламної практики) забезпечує автоматичне засвоєння значень, що містяться в них" [Батаєва, 2010: с. 137].

Те, що в рекламі смисл повідомлень розкривається через асоціації, є важливою рисою цих повідомлень для дослідників реклами. Це означає, що розкрити смисл рекламного повідомлення для їх реципієнтів (споживачів) можливо шляхом дослідження асоціацій, які у них виникають при сприйнятті рекламного повідомлення. Вивчаючи ці асоціації, дослідники отримують можливість виявити, які саме "глибинні сутності" речей навіяні індивіду рекламним повідомленням.

Конотативні смисли рекламних повідомлень формуються під впливом соціальних міфологем. Міф є комунікативною системою, існує у формі повідомлення, яке "може бути не обов'язково усним висловлюванням, але оформлюватися у вигляді письма або зображення; носієм міфічного слова здатне служити все – не лише письмовий дискурс, але й фотографія, кіно, репортаж, спорт, спектаклі, реклама" [Барт, 2008: с. 266].

Включення міфологем до рекламних послань уможливується тим, що за визначенням М. Жбанкова, міф є формою "цілісного масового переживання і тлумачення дійсності з допомогою почуттєво-наочних образів, що вважаються самостійними явищами реальності" [Жбанков, 2003: с. 430]. А реклама будується саме на створенні системи почуттєво-наочних образів, які асоціюються з рекламованим товаром чи послугою.

А. Ульяновський зазначає, що, на відміну від каналів сприйняття "архаїчного" міфу, в сучасній міфотворчості відбувається зміна каналів сприйняття міфів на користь візуальних: "довірливості тілесності приходить на зміну, насамперед, ілюзорність візуалізацій, що далеко випередила в обсягах інформації, що постачається для свідомості сучасної людини, і кінестатику, і природність аудіального. У свою чергу, перерозподіл каналів сприйняття не міг не позначитися на всій сукупності репрезентації соціальних міфів. Адже відсутність узгодженості найбільш давніх, біологічних каналів сприйняття інформації людською істотою (тактильних, нюхових, смакових...) і переважаючих візуальних потоків соціальної інформації неминуче приводять до видозміни форм міфології і ритуалів" [Ульяновський, 2005: с. 37].

У рекламному посланні міфологеми набувають форми символу, точніше, символ набуває смислового наповнення лише у контексті певного соціального міфу. Сенси, сформовані під впливом міфологеми і приписувані рекламою товарним брендам, покликані раціоналізувати і "виправдати" придбання певного товару. Тобто, міфологія надає сенсу споживчій поведінці, включає її до цілісної структури життєдіяльності, цілісність якої значною мірою визначена системою соціальних міфів, що домінують у культурі суспільства.

Виникає запитання, – яким чином може відбуватися трансляція міфологеми (а отже, і побудованих на їх основі конотативних смислів), якщо реципієнт реклами не знайомий із тим "міфологічним підтекстом", на якому побудована символіка реклами? Адже в тому випадку, коли реципієнту не відоме "міфологічно обґрунтоване" значення символів, сам зміст рекламного послання буде для нього незрозумілим.

Така трансляція стає можливою тому, що в процесі соціалізації отримання інформації про міфологічне значення символів відбувається одночасно з ознайомленням із соціальними міфологемами, через асоціативне засвоєння індивідом символів залежно від того контексту, в якому ці символи використовуються. Це відбувається подібно до того, як дитина засвоює значення слів – за контекстом їх вживання дорослими у спілкуванні з дитиною. Так само як дитина засвоює значення слів як складову загального "мовного потоку", що вона отримує від найближчого соціального оточення, так і міфологічне наповнення символів реклами стає зрозумілим для індивіда після ознайомлення не з якимось одним рекламним повідомленням, а на основі сприйняття цілого масиву рекламних повідомлень, яких пересічний член сучасного суспільства отримує щонайменше кілька десятків на день.

Таким чином утворюється багатоповерхова архітектура смислових матриць, "елементи якої, – зазначає С. Зенкін, – можуть утворюватися іншими, більш деталізованими матрицями", за своєю формою вона "майже точно збігається з багатоярусною будовою конотативних знаків і знакових систем, між якими циркулює смисл" [Зенкін, 2003: с. 20]. "Коли ми читаємо газету, йдемо в кіно, дивимось телевізор чи слухаємо радіо, коли побіжно розглядаємо упаковку товару, який купуємо, можна із впевненістю сказати, що ми весь час отримуємо і сприймаємо повсюди конотативні повідомлення... Можна сказати, що ми ... живемо в конотативній цивілізації" [Барт, 2003: с. 410-412].

Як зазначають М. Назаров і М. Папантіму, "специфіка організації рекламного повідомлення полягає насамперед в тому, що тут не виробляється нове значення рекламного бренду. Навпаки, відбувається запозичення значень із знакової системи, що вже склалася. Причому це може відбуватися лише в тому випадку,

якщо іміджеві характеристики ... виявляються відомими і значимими для досить широких прошарків цільової аудиторії" [Назаров, 2009: с.58]. Отже, у рекламі використовуються поширені у масовій свідомості культурні коди, які співвідносять, пов'язують рекламований товарний бренд з певними міфологемами.

Рекламне повідомлення (візуальне чи вербальне) є носієм певного закодованого значення. Якщо візуальне зображення, зроблене фотографом-аматором, може являти собою "повідомлення без коду" (просто фіксуючи на фотопапері певне зображення), то фотографія, зроблена для того, щоб виступати в якості рекламного візуального повідомлення, обов'язково повинна нести в собі певне закодоване значення, інакше воно не виконуватиме свою функцію. Рекламне повідомлення являє собою систему знаків, а для того, "щоб мав місце знак, потрібна дискретність – розбивка семіотичного матеріалу з допомогою певного коду" [Зенкін, 2003: с. 11]. Кожен із цих знаків (чи певна система знаків) відсилає реципієнта рекламного повідомлення до міфологеми, на основі якої це рекламне повідомлення будується.

Х. Кафтанджиев вважає, що в основі практично всіх міфологеми, які використовуються в комерційній рекламі, лежать дві архетипічні (базові) міфологеми: панування і задоволення [Кафтанджиев, 2008: с. 19]. При цьому "похідні" від них міфологеми можуть співвідноситися з обома архетипічними міфологемами. Наприклад, у міфологеми успіху поєднані як принцип задоволення (переживання радості), так і панування, влади (успіх завжди пов'язаний із зростанням престижу, а значить, і влади).

І. Яковлев наводить такі засоби міфодизайну в рекламі:

- обіцянка чудесного посилення можливостей людини (якщо вона володітиме рекламним автомобілем, ліками, чаєм тощо);
- одушевлення об'єктів з допомогою красивих жінок чи чоловіків;
- наділення об'єктів символами успіху, багатства, краси;
- обіцянка вибуху енергії та творчих сил;
- культивування іри сном ь, пов'язаного з грошима, обертанням у вищому світі, слідуванню моді;
- навіювання причетності до вищої групи через придбання певних видів товарів;
- надання магічних властивостей речам [Яковлев, 2001: с. 54].

Реклама, поширюючи міфологеми, тим самим виконує ті ж соціальні функції, що й міфи, які вони транслують. Серед соціальних функцій міфів, які наводить Х. Кафтанджиев [Кафтанджиев, 2008: с. 30-32], можна виокремити ті, що найбільш активно реалізуються в маркетинговій комунікації та рекламі:

- Телеологічна функція – міфи визначають цілі та сенс людського існування.
- Ідеологічна функція і функція моделювання – створення образів привабливих героїв (історичних і сучасних), культурних матриць, які керують нами.
- Функція співпричетності – співпереживання з позитивними героями і ідентифікація себе з ними. Функція співпричетності формує уявлення про референтні групи (соціальні групи, які виступають для індивіда як зразок для наслідування).
- Аксіологічна функція – створення позитивного образу самого себе.
- Компенсаторна функція – реалізація індивідом підсвідомих мрій про велич і особистий успіх.
- Функція, пов'язана з емоційним посиленням людей – міфи створюють когнітивне підґрунтя для емоційного переживання світу, а емоції, у свою чергу, виступають безпосереднім стимулом людських вчинків.

Якщо загалом у міфології представлені різноманітні – як позитивні, так і негативні – аспекти людського існування (народження і смерть, перемоги і поразки, щастя і горе), то в рекламі використовується виключно позитивні компоненти цих бінарних протиставлень (народження, перемога, щастя). Тобто особливістю "рекламного міфу" є відображення ним позитивних сторін людського життя.

Однією з функцій реклами в сучасному глобалізованому суспільстві є функція міжкультурного спілкування. Тобто реклама може створюватися, спираючись на міфологеми, поширені в одному соціокультурному середовищі, і транслюватися споживачам, що є представниками іншого соціокультурного середовища (насамперед це стосується реклами так званих "світових брендів"). При такому "імпортуванні" реклами її вербальна частина "перекладається на мову країни адресата, а невербальна – залишається без змін" [Медведева, 2008: с. 4].

Однак, реакція споживачів на один і той самий рекламний продукт в різних соціокультурних середовищах може бути кардинально відмінною. Реклама орієнтована на стимулювання позитивної емоційної реакції потенційного споживача на товарний бренд. І саме на основі соціальних міфологем, з якими асоціюються символи, представлені в рекламі, формуються емоційні стереотипи реагування споживачів на рекламовані товари і товарні бренди. Д. Мацумото зазначає, що в різних культурах існують різні передумови емоцій; ті самі події та обставини в різних культурах викликають зовсім різні емоції [Психологія і культура, 2003]. Отже, в різних культурах композиційно ідентичні рекламні продукти можуть викликати різні асоціації, а тому мати різні конотативні смисли і викликати різну емоційну реакцію. А в результаті – як стимулювати споживання рекламованих таким чином товарів, так і залишати потенційних споживачів байдужими до них, якщо створюваний смисловий образ рекламованого товару не консонанс з "позитивними" міфологемами, поширеними в масовій свідомості.

На основі викладеного можна констатувати, що функція трансляції цінностей, яка реалізується рекламою, здійснюється шляхом формування суб'єктивної реальності споживачів реклами, що передбачає включення до цієї суб'єктивної реальності об'єктів (рекламованих товарів та товарних брендів) з наділенням їх новими конотативними смислами.

Конотативні смисли товарів та товарних брендів створюються з допомогою побудови їх зв'язку з міфологемами, поширеними у масовій свідомості. Створені таким чином смисли покликані раціоналізувати, "виправдати" придбання споживачем певного товару, позначивши його роль і значимість у сформованій під впливом домінуючої соціальної міфології суб'єктивній картині суспільної реальності. У рекламному посланні міфологеми набувають форми символу.

Об'єкти, представлені в рекламі і збагачені приписаними конотативними смислами, перетворюються в об'єкти ціннісного ставлення.

Конотативні смисли рекламних повідомлень проявляються для споживачів реклами, сприймаються ними через смислові асоціації, які виникають під впливом культурної традиції, що існує в даному суспільстві.

Особливо високою є ефективність створення таких смислових асоціацій у візуальній рекламі. Це зумовлено тим, що в сучасній міфотворчості візуальні канали інформації, а отже і візуальні образи відіграють чільну роль, у тому числі при сприйнятті товарних брендів.

#### Список використаних джерел

1. Апресян Ю. Д. Лексическая семантика: синонимические средства языка / Апресян Ю. Д. – М.: Наука, 1974. – 368 с. [Apresian I. D. Leksicheskaia semantika: sinonimicheskie sredstva iazyka / Apresian I. D. – М.: Nauka, 1974. – 368 s.]
2. Барт П. Мифологии / Барт П.; пер. С. фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. – М.: Академический Проект, 2008. – 352 с. [Barthes R. Mythologies / Barthes R.; per. S. Fr., vstup st. I comment. S. Zenkina. – М.: Akademicheskii projekt, 2008. – 352 s.]
3. Барт П. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Барт П.; пер. С. фр., вступ. ст. и сост. С. Зенкина. – М.: Изд. Им. Сабашниковых, 2003. – 512 с. [Barthes R. Le systeme de la mode. Essais de semiologie de la culture / Barthes R.; per. S. Fr., vstup st. I sost. S. Zenkina. – М.: Izd. Im. Sabashnikovykh, 2003. – 512 s.]
4. Батаева К. Гендерна візуальність сучасної реклами / К. Батаева // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – № 3. – С. 136-153. [Bataieva K. Genderna vizual'nist' suchasnoi reklamy / K. Bataieva // Sotsiologhiia: teoriia, metody, marketynh. – 2010. – № 3. – S. 136-153]
5. Дубровский Д. И. Проблема ирреального. Субъективная реальность. – М.: Канон+, 2002. – 368 с. [Dubrovskii D. I. Problema ideal'nogo. Sub'ektivnaia real'nost'. – М.: Kanon+, 2002. – 368 s.]
6. Жбанков М. П. Миф // Социология: Энциклопедия / [составитель А.А.Грицанов] / М. Жбанков. – Минск: Книжный Дом, 2003. – С. 430. [Zhbankov M. P. Mif // Sotsiologhiia: Entsiklopediia / [sostavitel' A. A. Gritsanov] / M. P. Zhbankov. – Minsk: Knizhnyi Dom, 2003. – S. 430]
7. Зенкин С. Ролан Барт и семиологический проект / С. Зенкин // Барт П. Система моды. Статьи по семиотике культуры / пер. С. фр., вступ. ст. и сост. С. Зенкина. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – С. 5-34. [Zenkin S. Rolan Bart i semiologicheskii projekt / S. Zenkin // Barthes R. Le systeme de la mode. Essais de semiologie de la culture / per. S. Fr., vstup st. I sost. S. Zenkina. – М.: Izd. Im. Sabashnikovykh, 2003. – S. 5-34]
8. Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе / Кафтанджиев Х. – СПб.: Питер, 2008. – 224 с. [Kaftandzhiev Kh. Geroi i krasavitsy v reklame / Kaftandzhiev Kh. – Spb.: Piter, 2008. – 224 s.]
9. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Медведева Е. В. – М.: Изд. ЛКИ, 2008. – 280 с. [Medvedeva E. V. Reklamnaia kommunikatsiia / Medvedeva E. V. – М.: Izd. LKI, 2008. – 280 s.]
10. Назаров М. М., Папантиму М. А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: ирреальное междисциплинарное исследование / Назаров М. М., Папантиму М. А. – М.: Книжный дом "Либроком", 2009. – 212 с. [Nazarov M. M., Papantimu M. A. Vizual'nye obrazy v sotsial'noi i marketingovoi kommunikatsii: opyt mezhdistsiplinarnogo issledovaniia / Nazarov M. M., Papantimu M. A. – М.: Knizhnyi dom "Librokom", 2009. – 212 s.]
11. Психология и культура [Электронный ресурс] / [ ирр. Д. Мацумото]. – СПб.: Питер, 2003. – 718 с. – Режим доступу: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/Mats/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/11.php) [Culture and Psychology [Elektronnyi resurs] / [pod. Red. D. Matsumoto]. – Spb.: Piter, 2003. – Rezhym dostupu: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/Mats/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/11.php)]
12. Рапай К. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему / Рапай К.; пер. С. ирр. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 167 с. [Rapaille C. The Culture Code: An Ingenious Way to Understand Why People Around the World Live and Buy as They Do / Rapaille C.; per. S. Angl. – М.: Al'pina Business Books, 2008. – 167 s.]
13. Савельева О. О. Социология рекламного воздействия: ирр. ... д-ра социол. Наук : 22.00.08 [Электронный ресурс] / Савельева Ольга Олеговна. – Москва, 2006. – 343 с. – Режим доступу: <http://osavelieva.ru/publications> [Savel'eva O. O. Sotsiologhiia reklamnogo vozdeistviia: dis. ... d-ra sotsiol. Nauk: 22.00.08 [Elektronnyi resurs] / Savel'eva Ol'ga Olegovna. – Moskva, 2006. – 343 s. – Rezhym dostupu: <http://osavelieva.ru/publications>]
14. Свасьян К. А. Проблема символа в современной философии (Критика и ирр.) / Свасьян К. А. – 2-е ирр. – М.: Академический проект, Альма Матер, 2010. – 224 с. [Svas'ian K. A. Problema simvola v sovremennoi filosofii (Kritika i analiz) / Svas'ian K. A. – 2-e izd. – М.: Akademicheskii projekt, Al'ma mater, 2010. – 224 s.]
15. Ульяновский А. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / Ульяновский А. – СПб.: Питер, 2005. – 544 с. [Ul'ianovskii A. Mifodizain: kommercheskie i sotsial'nye mify / Ul'ianovskii A. – Spb.: Piter, 2005. – 544 s.]
16. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности / Федотова Л. Н. – М.: Издательство Оникс, 2007. – 560 с. [Fedotova L. N. Sotsiologhiia reklamnoi deiatel'nosti / Fedotova L. N. – М.: Izdatel'stvo Oniks, 2007. – 560 s.]
17. Фрейд З. "Я" и "Оно" / З. Фрейд; пер. С. нем. – Тбилиси: Мерани, 1991 – Кн. 1. – 1991. – 398 с. [Freud S. Das Ich und das Es / S. Freud; per. S. Nem. – Tbilisi: Merani, 1991 – Kn. 1. – 1991. – 398 s.]
18. Яковлев И. П. Основы теории коммуникаций / Яковлев И. П. – СПб.: Институт управления и экономики, 2001. – 230 с. [Iakovlev I. P. Osnovy teorii kommunikatsii / Iakovlev I. P. – Spb.: Institut upravleniia i ekonomiki, 2001. – 230 s.]
19. Bartminski J. Zalozenia teoretyczne slownika / J. Bartminski // Slownik ludowych stereotypow jezykowych. Zeszyt probny. – Wroclaw : Wydawnictwo Uniwersytetu Wroclawskiego, 1980. – P. 7-36.
20. Marcuse H. One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society / Herbert Marcuse. – Boston: Beacon Press, 1991. – 260 p.
21. Merton R. K. The Thomas Theorem and The Matthew Effect / R. K. Merton. – Social Forces. – 1995. – № 74 (2). – P. 379-424.

A. Klimenkova, PhD student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### COMMERCIAL ADVERTISING: AN IMPACT ON A CONSUMER VIA FORMATION OF SUBJECTIVE REALITY

*The author of the article analyzes the mechanisms of impact of commercial advertising on the consumers' conscience, including values transfer and demand formation processes. Value orientations are regarded as derivative from the subjective picture of the world, from the image of social reality formed in consciousness of an individual in the socialization process. In the article advertising is studied from the point of view of its involvement into formation and functioning of the socio-mythological component of mass consciousness. The transfer of value orientations by advertising is performed through adoption of social mythologems included in the advertisement message by the advertisement receiver, through formation of semantic relation between the advertised product brand and mythologems. Associations of the product brand with mythologems, which are widely-spread in the collective consciousness, are created by means of formation of respective connotations imposed on this product. Imposing of new connotative meanings to the objects presented in advertisement transforms them into the objects of axiological attitude.*

*Key words: commercial advertising, subjective reality, value orientations, mythologem, connotation.*

A. Клименкова, асп.  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

### КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА: ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ ПОСРЕДСТВОМ ФОРМИРОВАНИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

*Автор статьи исследует механизмы влияния коммерческой рекламы на сознание потребителей, в частности, процессы трансляции ценностей и формирования потребностей. Ценностные ориентации рассматриваются как производная от субъективной картины мира, образа социальной реальности, который сформировался в сознании индивида в процессе социализации. В статье реклама исследуется с точки зрения ее вовлеченности в формирование и функционирование социально-мифологического компонента массового сознания. Трансляция рекламой ценностных ориентаций происходит через усвоение реципиентом рекламы социальных мифологем, включенных в рекламное послание, через формирование смысловой связи рекламируемого товарного бренда с мифологемами. Ассоциации товарного бренда с мифологемами, распространенными в массовом сознании, создаются с помощью формирования соответствующих коннотативных смыслов, которыми наделяются этот товар. Наделение объектов, представленных в рекламе, новыми, коннотативными смыслами, превращает их в объекты ценностного отношения.*

*Ключевые слова: коммерческая реклама, субъективная реальность, ценностные ориентации, мифологема, коннотация.*

УДК 316.77: 659.443/.446

О. Тодорова, викладач,  
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ

### КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО І ТРАДИЦІЙНОГО PR-ІНСТРУМЕНТАРІЮ

*У даній статті проведено порівняльний аналіз PR-інструментів традиційного формату з їх сучасними Інтернет-аналогами. Автор розкриває проблеми зміни парадигми комунікацій сучасного бізнесу в цифровому середовищі. Особлива увага звертається на перехід від монологу в корпоративних комунікаціях традиційного формату – до діалогу в інноваційних цифрових PR-інструментах. Інноваційний PR-інструментарій значно розширює спектр можливостей для презентації компанії своєї системи цінностей. На задній план відходить власник медіа, котрий визначає, який контент надавати цільовій аудиторії. Збільшується спектр можливостей і впливовості соціальних комунікацій. Розширюється палітра форм вираження. Інноваційні PR-інструменти зміцнюють лояльність існуючих працівників, клієнтів і партнерів. Незважаючи на популярність соціальних мереж, традиційні PR-інструменти, такі як друковані корпоративні видання – журнали та газети, продовжують своє існування. Це пов'язано зі специфікою цільової аудиторії, яка не має доступу до цифрових засобів комунікації. Проте майбутнє соціальних комунікацій бізнесу в найближче десятиліття значною мірою буде зміщене в бік цифрових комунікацій. Це підтверджує і той факт, що ряд компаній переводять свої існуючі корпоративні журнали в електронний формат. Тому інноваційний PR-інструментарій вимагає подальшого переосмислення та формалізації кращого досвіду, вивчення та наукового аналізу. Автор виділив і визначив відмінні характеристики інноваційного PR-інструментарію, провів аналіз тематичних векторів у публікаціях корпоративних журналів і постів в соціальній мережі Facebook, розглянувши найбільш характерні приклади інтеграції онлайн та офлайн комунікацій в діяльності транснаціональних компаній.*

*Ключові слова: інноваційний PR-інструментарій, сторінка компанії в Facebook, корпоративні медіа, корпоративне видання, корпоративний журнал, нові корпоративні медіа, комунікація, комунікативний аспект, інтернет, соціальні мережі.*

Минуле століття ознаменувалося головним досягненням людства – винаходом комп'ютера. Інформаційні технології в щільній конкурентній боротьбі між світовими лідерами IT-сфери змінили парадигму комунікацій сучасного суспільства. На тлі цих докорінних перетворень зазнала змін і парадигма комунікацій сучасного бізнесу. Виникла паралельна – цифрова – реальність, яка відображає світ фізичної реальності. Для компаній настала ера нових медійних можливостей, електронних каналів комунікації, впровадження інноваційного PR-інструментарію.

У соціальних комунікаціях сьогоденних компаній та організацій традиційні класичні інструменти трансформувалися в більш інноваційні PR-інструменти, успішно нівелюючи колишні обмеження. Сучасний бізнес активно впроваджує корпоративні сайти, електронні розсилки, мультимедійні версії друкованих корпоративних видань. Однак найбільш інноваційні включають в арсенал комунікативних технологій соціальні мережі (Facebook, LinkedIn, Вконтакте, Google+), відео-, фото- і файлообмінники (YouTube, Flickr), соціальні новини (Diggs), віртуальну реальність (Second Life), аудіо-підкастинг, форуми і блогінг-майданчики (Live Journal, Twitter) тощо.

Входження сучасного бізнесу в цифрові комунікації є результатом різних стратегій. Компанії-новатори в кожній галузі розробляють методологію, яку члендженери адаптують під свої бізнес-цілі. Та хай би яким був цей шлях, учасників процесу об'єднує завдання розширення інформаційної присутності, формування навколо свого бренду ядра лояльних клієнтів, виховання так званих адвокатів бренду, миттєва взаємодія зі споживачами, клієнтами та партнерами.

Перехід комунікацій бізнесу з офлайн- в онлайн-середовище кілька років тому здавався не обов'язковим, тоді як нині процес діджиталізації починає набувати характеристик масового процесу. Так, у 2006 році 93 % робочого часу PR-спеціаліста припадали на комунікації в реальному світі. Цього року вже на комунікації в Інтернеті припадає 65 % робочого часу [Тодорова, 2010].

У зв'язку з виникненням такої явної тенденції домінування Інтернет-технологій інноваційний PR-інструментарій є популярним об'єктом наукових досліджень. У 2009 році практичні знання в галузі створення сайтів, їх класифікації, особливостей побудови й функціонування розглянули в науковій розробці А. Бондаренко, А. Гресько, Т. Петров,

Д. Янушевський. Важливу методологічну базу для розвитку теми та впровадження успішних практичних напрацювань внесли західні автори: М. Волп (M. Volpe), Д. Зарелла (D. Zarrella), М. Шарма (M. Sharma), Д. Еванс (D. Evans).

Методи використання блогосфери в бізнес-цілях аналізує у своїй науково-практичній діяльності відомий російський спеціаліст А. Попов. Велика заслуга в науковій систематизації накопичених емпіричних знань належить і іншим російським іру сн-дослідникам: А. Бад'їну, А. Вельфу, А. Гаврикову, В. Тамбергу.

Проте згадані практичні напрацювання першопрхідців та наукові розробки вчених в окресленій темі залишають низку не до кінця з'ясованих питань. Насамперед, відсутнє осмислення основних аспектів зародження та функціонування розглянутих засобів комунікації. Пріміром, традиційні медійні ресурси, зокрема, такий класичний PR-інструмент, як корпоративний журнал. Цей канал комунікації сформувався як альтернатива розміщенню реклами в традиційних галузевих і глянцеvih журналах і базується на технологіях журналістики та друкарської справи. Інноваційний PR-інструментарій володіє новачками в IT-сфері та має інтерактивні властивості, мультимедійний контент. Однак для ефективного використання даного PR-інструментарію потрібно розуміти особливості функціонування бізнесу в цифровому середовищі, що утворилося.

Проведемо науково-методологічне осмислення комунікативних можливостей традиційного та інноваційного PR-інструментарію, розглянемо специфіку їх виникнення, наповнення, технологічні принципи передачі повідомлень, характеристики, що впливають на ефективність взаємодії з аудиторією.

Відомий спеціаліст у сфері маркетингових комунікацій Ф. Котлер разом із співавторами, характеризуючи переваги інформаційних бюлетенів (поширене у світі визначення категорії традиційних друкованих PR-інструментів), відзначав їхню високу вибірковість щодо аудиторії, цілковитий контроль, відносно низьку вартість [Котлер, 2008]. Усі ці риси притаманні друкованим корпоративним журналам сучасності.

Зрозуміти трансформацію нинішньої моделі інституту друкованих видань і вплив на дані процеси цифрових комунікацій допомагає знання того, як стимулювався процес створення компаніями власних корпоративних журналів і як редакції забезпечували своє фінансування в минулому. По-перше, була масова передплата на видання. По-друге, видання активно продавали свою площу під рекламу бізнес-клієнтам. Таким чином, монетизувалися дві ключові цінності: інформація й аудиторія.

Читачі передплачували інформацію з даного каналу, а ЗМІ забезпечувало збір, інтерпретацію, публікацію та дистрибуцію інформації, адже саме редакції ЗМІ приймали рішення, про що писати і що "буде цікаво" їхнім споживачам.

Сьогодні рідше купують газети і журнали у роздріб, а тому бізнесу не вигідно розміщувати свої рекламні та PR-матеріали в друкованих ЗМІ. Стейки з безкоштовними журналами та газетами у спорткомплексах, ресторанах, супермаркетах і кінотеатрах працюють на те, що клієнти вже не вбачають у цих продуктах цінності, за яку потрібно платити. З другого боку, рекламодавці отримали можливість розміщувати свої повідомлення у дуже широкому спектрі каналів комунікації, в якому друковані медіа – доволі дорогі і не найефективніші.

Зауважмо, що реклама в друкованих медіа багато років була звичним рядком у річному бюджеті відділу маркетингу багатьох компаній. Але в період кризи 2009–2010 років почалося повальне скорочення бюджетів, внаслідок чого видання втратили більшість сво-

їх рекламодавців. Ця ситуація послужила живильним середовищем для вкладання бізнесом коштів у створення альтернативних каналів комунікації. Насамперед до них можна віднести цифрові ресурси, такі як корпоративний сайт, електронні видання, екаунти компаній у соціальних мережах.

Інформація почала вироблятися великою кількістю користувачів, які не вимагають за свою роботу гонорарів, формуючи тим самим феномен масового публічного авторства. Більше того, активність в Інтернеті окремих авторів зумовлює протилежну ситуацію: інформація стає нав'язливою. Автори прагнуть ознайомити користувачів зі своєю думкою тільки для того, щоб отримати зворотний зв'язок – реакцію споживача, написавши коментар або натиснувши на кнопку "like".

На протигагу друкованим періодичним виданням нова парадигма PR-комунікацій в соціальних мережах передбачає зміщення фокусу уваги на користувача мережі, його інформаційні уподобання, де в основі лежать розважальна та пізнавальна мотивації. Аудиторія соціальних мереж миттєво реагує на тематику контенту компанії, відображаючи дану інформацію в статистиці.

За даними досліджень Асоціації корпоративних медіа України (АКМУ), з традиційних ЗМІ бюджет перетікає на інформаційні ресурси в Інтернеті. Так, у 2007 році на розміщення в ЗМІ (реклама в ділових і глянцеvih виданнях) припадало 60 % від загального бюджету компаній на PR-супровід, а в 2013-ому понад 80 % уже становлять витрати на Інтернет-ресурси і власні медійні проекти – корпоративні журнали, мультимедійні електронні проекти [АКМУ, 2013].

Як правило, більшість публікацій в Інтернеті створюють лише іру сном ь орп шум, не впливаючи на процес самоорганізації. Соціально значущі новини дублюються, редагуються, переписуються і після накопичення певної критичної маси найбільш важливі з них виходять у топ-теми. Відбувається це за допомогою так званого розподіленого вірусного редактора соціальних мереж.

Вірусний редактор піднімає соціально значущі теми по мережі фільтрів за допомогою приватних іру сно. Даний процес здійснюється безліччо користувачів, що призводить до формування соціального порядку денного, ознайомлення всіх учасників з найбільш важливими новинами. Це явище формує альтернативну Інтернет-журналістику.

На відміну від традиційної журналістики блогери, які виконують функції "співробітників" вірусного редактора, не узгоджують тексти з редактором і не віддають на вичитування коректором, не верстають і не друкують їх на паперовому носії. Вони за лічені хвилини розміщують свої нотатки, перепости, коментарі в Інтернеті. Крім того, традиційні ЗМІ дедалі частіше розміщують витяги з блогосфери, посилаються на вислови популярних блогерів [Мирошніченко, 2011].

З'являється також таке поняття, як spin PR, яке, на думку українського медіа-експерта і політтехнолога Дениса Богуша, передбачає формування тематики корпоративних новин на основі соціальних запитів аудиторії і найбільш затребуваних тем у суспільстві. За технологією це можна реалізувати за допомогою відповідних заголовків, вибору PR-приводу, ключових слів тощо. Дана технологія є основоположною в роботі, тому що оптимізує зусилля й витрати, допомагає вийти на перші позиції, оминаючи інформаційний шум [АКМУ, 2012].

Цей факт наочно демонструє поява конкуренції між традиційним і вірусним (розподіленим) редакторами. Сьогодні мільйони авторів розміщують величезні масиви контенту в Інтернеті. Деякі з них збирають навколо себе аудиторію, чисельність якої перевищує тираж тра-

диційного друкованого ЗМІ, а вся аудиторія користувачів Інтернету багаторазово перевершує чисельність споживачів традиційної преси.

Для компаній відкрилися нові можливості створення власних каналів комунікації. А до PR-спеціалістів нового покоління з'явилися додаткові вимоги. Згідно з дослідженнями АКМУ, робота сучасного PR-менеджера нерозривно пов'язана з соціальними мережами. Так, 73 % респондентів визнали, що за останні кілька років почали частіше стикатися з соціальними медіа в роботі. 47 % опитаних ведуть корпоративні сторінки, а 56 % – навчилися розміщувати рекламу в соціальних мережах. Загалом робота з соціальними медіа так чи інакше входить в обов'язки 72 % респондентів [АКМУ, 2012].

Крім того, навички в digital-напрямах стали однією з головних вимог до PR-спеціаліста цифрового покоління. Опитування показало, що 78 % респондентів ведуть постійну роботу з дизайнерами, а 15 % володіють навичками веб-дизайну. 23 % навчилися працювати з пошуковою оптимізацією; 11 % дізналися, що таке медіабайнг; 12 % розробляють мобільні додатки, а 7 % розміщують на них рекламу. Контекстною рекламою тепер займається кожен третій (33 %), а програмуванням – лише 2 %.

Дослідження показали також, що основними каналами для комунікацій залишаються онлайн-видання (3,95 бала з 5) та друковані ЗМІ (3,82 бала з 5). Далі йдуть соціальні мережі та радіо/ТБ (3,49 і 3,44 бала відповідно).

Деякі компанії, не будучи лідерами ринку, виходять на передові позиції в Інтернеті, стаючи головними постачальниками значущих тематичних новин галузі. Приміром, новини про участь компанії в міжнародній

виставці, огляд учасників ключових подій, інтерв'ю з авторитетними експертами, інформація про тренди, дослідження, новинки, технологічні прийоми лідерів є затребуваним матеріалом на галузевих ресурсах. Така технологія дає змогу корпоративним іру сном ь ор завойовувати статус галузевого медіалідера.

Традиційні ЗМІ розміщують адверторіал, оформлений у вигляді редакційного матеріалу. Тоді як PR-спеціалісти прагнуть розширити рамки висвітлення вузьких корпоративних тем з метою розширення впливу власної компанії в галузі. Таким чином, чим більш значущими, цікавими та різноманітними будуть повідомлення компанії, тим більше публікацій компанії будуть виходити в топ-теми за стихійною оцінкою редактора Інтернету.

Публікації в соціальних мережах мають ряд особливостей, і думка про те, що один і той самий контент можна направляти цільовим групам по всіх наявних корпоративних каналах комунікації, помилкова. Більш наочно це демонструє проведений нами порівняльний аналіз традиційних корпоративних журналів і нових іру сном ресурсів – корпоративних сторінок компаній у соціальній мережі Facebook.

Проведений іру сном ь аналіз традиційного та інноваційного PR-інструментарію на прикладах публікацій (за період 3 місяці) клієнтських журналів і корпоративних сторінок у Facebook "Брокард", "Паралель-М", "Магігранд", "Снежжа-Україна" і "Фармастор" дав змогу виділити ряд ключових особливостей традиційного та інноваційного PR-інструментарію (див табл. 1).

Таблиця 1

Контентний аналіз традиційного та інноваційного PR-інструментарію

	Про компанію	Реклама послуг компанії	Акції	Конкурси	Аналітика	Познавальні	Розважальні
<b>Брокард</b> сторінка в fb	4	34	9	0	0	11	13
процентне співвідношення	5,6%	47,9%	12,7%	-	-	15,5%	18,3%
<b>Брокард</b> журнал Л'Етуаль	2	5	1	0	0	15	7
процентне співвідношення	6,7%	16,7%	3,3%	-	-	50,0%	23,3%
<b>Паралель-М</b> сторінка в fb	14	4	1	19	0	2	23
процентне співвідношення	22,2%	6,3%	1,6%	30,2%	-	3,2%	36,5%
<b>Паралель-М</b> журнал Parallel Magazine	2	2	0	0	0	4	7
процентне співвідношення	13,3%	13,3%	-	-	-	26,7%	46,7%
<b>Магігранд</b> сторінка в fb	14	13	18	7	0	10	57
процентне співвідношення	11,8%	10,9%	15,1%	5,9%	-	8,4%	47,9%
<b>Магігранд</b> журнал Магігранд FM	2	6	2	2	1	11	4
процентне співвідношення	7,1%	21,4%	7,1%	7,1%	3,6%	39,3%	14,3%
<b>Снежжа-Україна</b> сторінка в fb	7	4	5	11	0	1	18
процентне співвідношення	15,2%	8,7%	10,9%	23,9%	-	2,2%	39,1%
<b>Снежжа-Україна</b> журнал "У барвах"	6	2	1	0	1	7	3
процентне співвідношення	30,0%	10,0%	5,0%	-	5,0%	35,0%	15,0%
<b>Фармастор</b> сторінка в fb	4	9	10	2	0	23	9
процентне співвідношення	7,0%	15,8%	17,5%	3,5%	-	40,4%	15,8%
<b>Фармастор</b> журнал "Доброго Дня!"	2	2	2	1	1	10	1
процентне співвідношення	10,5%	10,5%	10,5%	5,3%	5,3%	52,6%	5,3%

Порівняння публікацій в корпоративних журналах і постів компаній в соціальній мережі Facebook наочно демонструє пріоритет тематичних векторів у комунікативній політиці. Наприклад, майже половина публікацій на сторінці в Facebook (48 %) "Брокард" присвячує просуванню товару – рекламним постам. У корпоративно-

му журналі ця ж компанія 50 % матеріалів присвячує пізнавальним темам. "Паралель-М" екаунт у Facebook задіє в якості майданчика для інтерактивної взаємодії: 30 % постів присвячені конкурсам. А 47 % матеріалів корпоративного журналу ця ж компанія присвячує розважальній тематики.

У корпоративному журналі матеріали сформовані і структуровані в єдиному рубрикуванні, виданню властиве єдине стилістичне дизайнерське рішення. До того ж, сучасний науковий світ розглядає корпоративні медіа не лише як інформаційний канал, а ще й як певну галузь комунікативної діяльності. Так, російський дослідник А. Бабкін називає їх комунікативною сферою в структурі бізнесу, що виникає внаслідок інформаційної потреби внутрішнього і зовнішнього оточення компанії [Бабкін, 2009]. Така концепція пояснює закономірності розвитку корпоративних PR-інструментів, їх перехід від усталених до нових форм функціонування, удосконалення інструментів комунікації.

Корпоративна сторінка компанії в соціальній мережі Facebook як інноваційний PR-інструмент передбачає технічну можливість розміщення всіх видів контенту. Важливою особливістю контенту в цифровому середовищі Інтернету є процес конвергенції. На відміну від традиційних каналів сторінка в Інтернеті має можливість більшості існуючих медіа. Пріоритетом для менеджерів, які застосовують інноваційний PR-інструментарій, на відміну від класичних ЗМІ, є не лише прочитання контенту. Важливими є дії користувачів, які відображаються на електронному лічильнику "Обговорюють це".

Онлайн-технології відкрили для сучасного бізнесу додаткові можливості в соціальних комунікаціях, що вплинуло і на характер обміну інформацією між компанією та аудиторією. Головна особливість використання інноваційного PR-інструментарію – простота розміщення. З одного боку, PR-спеціаліст може розміщувати будь-який контент, з другого, – споживач в інтерактивному режимі може завантажувати контент аналогічного формату з можливістю доступу не лише в режимі онлайн.

Популярність компанії демонструється користувачами соціальних мереж за допомогою так званих вірусних мобільному додатку Foursquare – відміток про своє місцезнаходження з коментарями про позитивні чи негативні моменти товарів/послуг. PR-спеціаліст може відстежувати ці коментарі та відповідно коригувати комунікації. Споживачі сегментуються за інтересами, отримуючи інформацію не з рекламних повідомлень, а від таких самих споживачів. Феномен "громадської журналістики" й "вікі-журналістики" справляє все більший вплив на комунікації бізнесу, що чітко проявляється в вірусній традиційного та інноваційного PR-інструментарію.

Традиційний PR-інструментарій, незважаючи на ряд переваг, успадкував авторитарний стиль, форму мислення, в якій не заведено вільно висловлювати свою думку, якщо вона суперечить думці власника бізнесу та керівного менеджменту. Класичний інструментарій підконтрольний компанії і відстоює власні інтереси.

Монологічність спілкування, закриті теми, висвітлення тільки позитивних подій, відсутність серйозних аналітичних матеріалів, об'єктивної картини, превалювання єдино вірної офіційної точки зору має за наслідок поступову деградацію й застійні процеси.

На противагу такій ситуації інноваційний PR-інструментарій в режимі реального часу дає можливість коментувати, доповнювати вміст, задавати запитання, давати посилання, отримувати відповіді тощо. Все це призводить до трансформації комунікативного майданчика з авторитарного в демократичний. Скорочується відстань між компанією й аудиторією, спілкування зручне в користуванні. Споживачі, працівники та партнери мають можливість висловлювати свою думку про компанію, її товари та послуги. Це призводить до зростання довіри й рекомендаційної сили електронних друзів у соціальних мережах, що вносить істотний вклад у формування громадської думки та репутації компанії. Люди довіряють рекомендаціям у соціальних мережах більше, ніж експертній оцінці в галузевих друкованих журналах.

На рекламу в традиційних каналах комунікації потрібні все більші бюджети, але її ефективність стрімко знижується. Споживачі виробляють імунітет до рекламних обіцянок. Вони хочуть зробити власні висновки щодо товару або послуги. За своєю ефективністю рекомендації компанії, товару чи послуги в соціальній мережі можна порівняти з 200 виходами рекламного ролика на телебаченні [Тодорова, 2010].

Комунікативні можливості традиційних та інноваційних PR-інструментів можна порівняти також на основі кількісних показників їх аудиторій.

За оцінками російського вченого Ю. Чемякіна, сукупний разовий тираж корпоративних видань у сучасній Європі в кілька разів перевищує наклад усіх друкованих ЗМІ і становить понад 456 млн примірників [Чемякін, 2006]. Тоді як загальна кількість зареєстрованих користувачів однієї лише популярної соціальної мережі Facebook, за деякими даними, вже сягає понад 500 млн [Гончарук, 2010]. Це свідчить про те, що найбільш часом частка корпоративних PR-інструментів може істотно збільшитися за рахунок сегменту Інтернет-ресурсів.

Наявність екаунту у Facebook для людини і сторінки – для компанії сьогодні такий же необхідний бізнес-атрибут, як візитна картка чи електронна пошта. Блогери для окремих бізнесів перетворюються на важливу категорію цільової аудиторії, з якою необхідно вбудовувати відносини і проводити окремі офлайн-події на кшталт зустрічей із журналістами. Прикладом і прецедентом самоідентифікації орпора представників окремих тематичних Інтернет-спільнот є конференція "матусь-блогерів", проведена в Лондоні 2010 року. Тепер, крім обміну цікавою інформацією та досвідом в онлайн-режимі, у блогерів з'явився привід, умови і можливості поспілкуватися з колегами і вдосконалити свої інформаційні ресурси.

В Україні ідею співпраці з даною категорією активних Інтернет-користувачів розвиває компанія HiPP. Проект "Органічний світ HiPP" покликаний підтримати лояльність і активність блогерів – мам і тат. Рекомендації інших батьків за ступенем сприйняття на другому місці після рекомендацій педіатрів, і ця інформація набагато важливіша, ніж пряма реклама в каналах 2.0. [HiPP, 2011].

Нова стратегія комунікації компанії в цифровому середовищі полягає не стільки в прямій рекламі чи вмовляннях кожного окремого потенційного клієнта придбати її продукцію, скільки у формуванні зручного і комфортного комунікативного поля – тимчасової міні-спільноти. Споживачі взаємодіють між собою і займаються маркетингом продукту всередині цієї спільноти замість компанії. Вони спочатку переконуються самі, а потім переконують своє оточення у перевагах товару. Прикладом залучення споживача може послужити акція, проведена брендом Converse в соціальній мережі Вконтакте. Для участі в акції учасники групи "Кеди на шару" повинні були знаходити фільми, де в кадрі присутні Converse. Акція тривала менше тижня, зібравши понад 1000 відгуків [Тодорова, 2012].

Компанії прагнуть не тільки розважити споживачів, а й продемонструвати корпоративну соціальну відповідальність бізнесу. На Міжнародному бізнес-форумі "Інноваційні комунікації. Тренди 2013" (Київ, листопад 2012 р.) було наведено приклад реалізованого проекту "Інтелектуалізація" – конкурсу практичних проектів для школярів і студентів від Intel. Цей проект спрямований на пошук і залучення талановитої молоді, яка дійсно може і хоче змінити життя суспільства на краще. Проект "Інтелектуалізація" представлено в соцмережах Вконтакте і Facebook [АКМУ, 2012].

Специфіка інноваційних PR-інструментів заснована на принципі залучення аудиторії та взаємодії. Так, компанія Coca-Cola запрошує користувачів соціальної ме-



режі Facebook до неформального спілкування [Coca-Cola, 2012], де можна розповісти свої цікаві життєві історії, висловити ставлення до продукції, обговорити новини, розмістити фотографії з плейсментом бренду. Станом на серпень 2013 року сторінка налічувала понад 70 млн друзів, обговорюють сторінку – понад 1 млн користувачів. Кожен пост, фото чи новина від Coca-Cola отримувє сотні коментарів.

Ще одна всесвітньо відома корпорація McDonald's станом на серпень 2013 року подобається 29 млн користувачів, обговорюють сторінку 130 тис., понад 4 млн вказали, що "були тут" [McDonald's, 2013]. Залучення до обговорення сторінки набагато менше, оскільки компанія розміщує контент у вигляді короткого посту й фото.

Реципієнт перестав просто приймати інформацію. Схема комунікант ( ирусно ) – реципієнт застаріла. На зміну їй прийшла модель співпраці. Приклад такої інформаційної взаємодії демонструє мережа кав'ярень Starbucks. На сторінці бренду в Facebook розмістили заклик до споживачів на окремому Інтернет-ресурсі [Starbucks, 2013] ділитися ідеями, спрямованими на поліпшення роботи компанії. В основі проекту – можливість для будь-якої людини висловитися, почути думку й подякувати за пораду. Всі ідеї класифікують на спеціальному таблоді. Результат: станом на серпень 2013 року – понад 300 тис. ідей, 200 з яких компанія вже втілила в життя.

Основним завданням менеджерів, відповідальних за використання інноваційного PR-інструментарію, стає інтеграція онлайн- і офлайн- проявів, стимулювання дій в реальному житті з допомогою збільшення популярності бренду в мережі. Прикладом такої інтеграції може послужити акція 2013 року: "Pepsi за лайки в Facebook". Компанія спроекувала і створила вендінговий автомат, в якому баночку Pepsi можна придбати не за гроші, а за "лайки" в соціальній мережі Facebook. Акція пройшла під час концерту популярної американської співачки Бейонсе. Щоб отримати баночку Pepsi або Pepsi MAX, гостям концерту пропонувалося зайти на Facebook, скориставшись смартфоном або тачскріном вендінгової машини, і лайкнути сторінку Likerpepsi.be. Вендінгова "лайкмашина" Pepsi – це інноваційний PR-інструмент, який розширив межі спілкування зі споживачами, підвищив лояльність до бренду [Pepsi, 2013].

Телекомунікаційна компанія "Яндекс" в якості інноваційного PR-інструменту розмістила в блозі фотографії своїх дата-центрів, створивши тим самим "людське обличчя" бренду. Тактика відкрито демонструвати свою роботу зсередини позитивно подіяла на імідж компанії.

Компанія Netreak, аби залучити відвідувачів на свій корпоративний сайт, встановила відеокамеру в найвищій точці міста Одеси – Лютеранському кафедральному соборі Св. Павла, на 42-метровій висоті від землі. Веб-трансляцію краєвиду з вікна компанії кожен може подивитися в будь-який момент часу, не виходячи з дому. Посил привертає великий трафік на корпоративний сайт [Netreak, 2013].

Порівняльний аналіз традиційного та інноваційного PR-інструментарію і наведені приклади демонструють головну відмінність у комунікативних підходах. У традиційних комунікаціях компанія дотримується монологічного спілкування, в інноваційних – стимулює проявляти активність, беручи на себе чи роль модератора спілкування, ініціатора цікавих для аудиторії форматів ігор та акцій. Організатор комунікацій повинен добирати теми, цікаві цільовій групі, стимулювати ділитися враженнями, інформувати, розважати, навчати у форматі діалогу.

Робота PR-спеціаліста в соціальних мережах передбачає не авторитарний контроль і видалення негативних коментарів, а створення майданчика, на якому читачі

будуть відчувати повагу і дружнє ставлення модератора. В ідеалі на негативні відгуки реагують лояльні відвідувачі, так звані адвокати бренду. Відкритість, довіра, відсутність тотальної цензури, компетентні відповіді на технічні запитання, оперативне вирішення проблем, що виникають, саморегулювання системи в кризових ситуаціях проявів недоброросівської конкуренції – критерії успішного функціонування бізнесу в соціальних мережах.

Прикладом вдалого використання інноваційного PR-інструментарію з метою управління громадською думкою може служити корпоративний сайт природного монополіста, компанії Львівобленерго [Львівобленерго, 2013]. В окремому блозі сайту розміщений блог з коментарями фахівців компанії, а новини представлені у вигляді аудіопідкасту. Споживачі мають можливість відкрито висловлювати свою думку й коментувати технічні проблеми. Представники компанії не намагаються приховувати критичних думок, а навпаки, визнають проблеми, якщо такі виникають, і виносять на обговорення споживачів. Особливістю сайту є також заміна тексту інфографічними об'єктами й піктограмами, що істотно полегшує інтуїтивне використання сайту старшим поколінням.

А от типові недоліки у використанні інноваційного PR-інструментарію наочно демонструє корпоративний блог вітчизняної фірми "Вентс" [Вентс, 2013]. За своєю суттю ресурс є не блогом, а корпоративним сайтом, адже головна перевага інноваційного PR-інструменту – в інтерактивному спілкуванні. На головній сторінці є кнопки з переходом на популярні соціальні мережі, підключення RSS-розсилки. Комунікативна цінність корпоративного блогу – створення спільноти навколо свого бренду – не використовується, робота зводиться до інформативної функції за принципом традиційних PR-інструментів у форматі монологу.

Чому ж компанії не використовують інноваційну можливість симетричної двосторонньої комунікації? На думку російського дослідника-практика А. Попова, причин тут кілька: "По-перше, багатьом важко відучитися продавати й почати спілкуватися на рівних. По-друге, коли ви зустрічаєте людей і заохочуєте їх до розмов про вашу марку, – природно, вони очікують, що ви теж візьмете участь у розмові. Вам доведеться відповідати на повідомлення, реагувати на коментарі в блозі" [Попов, 2010]. Для цього необхідні додаткові ресурси у вигляді компетентного PR-або smm-менеджера, в чій обов'язки входить стимулювання і модерування процесу комунікації. Інноваційний PR-інструментарій – це універсальний двосторонній канал, швидкісний інформаційний шлюз між бізнес-організацією та громадськістю, де робота побудована на неформальному онлайн-діалозі.

Аби виділити типові помилки, що перешкоджають ефективній комунікації з цільовою аудиторією, ми проаналізували корпоративні сторінки компаній банківської сфери в соціальній мережі Facebook [Фідокомбанк, 2013; Приват Банк, 2013; Хрещатик, 2013; Піреус, 2013; Південний, 2013] (див табл. 2).

Перша помилка, якої припускаються в соціальних комунікаціях менеджери компаній банківської сфери, пов'язана з прямим розміщенням релізів у соціальній мережі без адаптації до специфіки інноваційних каналів. Користувачі завжди ігнорують нецікаві повідомлення, до того ж вони скептичні у своїх коментарях і дуже стримані в похвалах.

Ще одна проблемна зона і типова помилка в комунікаціях інноваційного PR-інструментарію – це невідповідність мовної стилістики повідомлень очікуванням користувачів соціальних мереж. Ці недоліки можуть призвести до повного ігнорування повідомлень компанією і негативних коментарів. Довгі складносурядні речення без конкретики дратують і мають за наслідок втрату довіри.



Таблиця 2

## Співвідношення тематик публікацій компанії на корпоративній сторінці

Співвідношення тематик публікацій компанії на корпоративній сторінці в мережі facebook		Про компанію та персону бізнесу	Реклама послуг компанії	Акційні пропозиції, конкурси	Аналітичні	Пізнавальні	Розважальні
Хрещатик	сторінка в fb,	9	5	4	4	17	30
	кількість публікацій						
	співвідношення кільк. публ. до заг. їх числа	13,0%	7,2%	5,8%	5,8%	24,6%	43,5%
	<b>кількість Like</b>	<b>24</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>19</b>
	співвідношення кільк. Like до загаль. їх числа	<b>26.7%</b>	<b>3.3%</b>	<b>16.7%</b>	<b>6.7%</b>	<b>25.6%</b>	<b>21.1%</b>
Південний	сторінка в fb,	6	3	20	1	6	3
	кількість публікацій						
	співвідношення кільк. публ. до заг. їх числа	15,4%	7,7%	51,3%	2,6%	15,4%	7,7%
	<b>кількість Like</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>12</b>
	співвідношення кільк. публ. до загаль. їх числа	<b>27.1%</b>	<b>6.3%</b>	<b>16.7%</b>	<b>4.2%</b>	<b>20.8%</b>	<b>25.0%</b>
Піреус	сторінка в fb,	4	28	2	1	4	13
	кількість публікацій						
	співвідношення кільк. публ. до заг. їх числа	7,7%	53,8%	3,8%	1,9%	7,7%	25,0%
	<b>кількість Like</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
	співвідношення кільк. Like до заг. їх числа	<b>16.7%</b>	<b>11.1%</b>	<b>16.7%</b>	<b>11.1%</b>	<b>16.7%</b>	<b>27.8%</b>
Приват	сторінка в fb,	3	13	4	1	0	0
	кількість публікацій						
	співвідношення кільк. публ. до загального їх числа	14,3%	61,9%	19,0%	4,8%	-	-
	<b>кількість Like</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	співвідношення кільк. Like до заг. їх числа	<b>33.3%</b>	<b>13.3%</b>	<b>20.0%</b>	<b>33.3%</b>	<b>0.0%</b>	<b>0.0%</b>
Ерсте банк (Фідокомбанк)	сторінка в fb,	7	12	1	5	10	7
	кількість публікацій						
	співвідношення кільк. публ. до заг. їх числа	16,7%	28,6%	2,4%	11,9%	23,8%	16,7%
	<b>кількість Like</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	співвідношення кільк. Like до загального їх числа	<b>22.7%</b>	<b>13.6%</b>	<b>13.6%</b>	<b>9.1%</b>	<b>18.2%</b>	<b>22.7%</b>

Тим часом відвідувачі корпоративних екаунтів у соціальних мережах висловлюють свої думки у віртуальному просторі так само, як у реальному житті. Їхню мову характеризує розмовний стиль, короткі, не завжди конструктивні речення. Відповідно модератори мають спілкуватися з аудиторією прийнятною і комфортною для них мовою.

При наповненні екаунтів інноваційного PR-інструментарію не слід забувати і загальних журналістських принципів заволодіння увагою і впливу на аудиторію. Тексти мають бути на цікаві для читача актуальні теми, авторам необхідно задіяти широку палітру образів, порівнянь, при цьому залишаючись у форматі поста соціальної мережі, для якого важливу роль відіграє лаконічність, яскравий посыл, чіткість думки.

Що стосується тематичних векторів і жанрової палітри корпоративних сторінок вітчизняного бізнесу, то проведений іру сном ь аналіз демонструє, що найбільш дружні відносини з цільовою аудиторією прагне вибудувати банк "Хрещатик". Частка аналітичних, пізнавальних і розважальних матеріалів становить понад 70 % від загального обсягу публікацій. Це наближаєть-

ся до прийнятого стандартного співвідношення в традиційних ЗМІ 70:30 (обсяг реклами не повинен перевищувати 30 відсотків від загального обсягу видання) [Тодорова, 2010]. Явний перекіс і зловживання терпінням користувачів соціальної мережі демонструє банк "Піреус". Реклама послуг займає понад 60 % загального обсягу соціального ресурсу.

Аналіз якості контенту компаній у соціальних мережах наводить на висновок, що бізнес прагне діяти методами традиційних PR-інструментів. Екаунт компанії в соціальних мережах дає змогу розміщувати матеріали з більшою динамікою, що виходить далеко за рамки формату "текст+фото". Однак до таких інноваційних форматів подачі інформації вдаються рідко.

Традиційні PR-інструменти тяжіють до консерватизму, монологічності, авторитарності, закритості. Такий самий стиль спостерігається на цифрових майданчиках компанії у соціальній мережі Facebook, незважаючи на те, що це середовище функціонує за іншими принципами. До таких можна віднести: вихід у режимі реального часу, переважання розважально-пізнавальної інформації, активне реагування на події, відсутність глибоких аналітичних матері-

алів, щире прагнення дізнатися думку споживачів, залучити їх до діалогу, навчити або розважити.

Перелічені вище аспекти наводять на такі висновки:

Розвиток IT-сфери, вихід інноваційних комп'ютерних технологій на новий виток технічного прогресу, істотні соціальні та духовні трансформації в суспільстві, а також зростання добробуту й динаміка проникнення Інтернету вплинули на принципи комунікації вітчизняного бізнесу зі споживачами. Інноваційний PR-інструментарій при вмілому використанні демонструє перехід від корпоративної іри сном ь орп інформування громадськості до формату міжособистісного діалогу в оперативному режимі реального часу. Вимогам нової цифрової епохи більшою мірою відповідають інноваційні PR-інструменти – сторінка компанії в соціальних мережах (Facebook, Вконтакте), електронні мультимедійні видання, інтеграція онлайн- і офлайн-комунікацій в єдиний комплекс.

Інноваційний PR-інструментарій значно розширює спектр можливостей для презентації компанією своєї системи цінностей. На задній план відходить власник медіа, котрий визначає, який контент надавати цільовій аудиторії. Збільшується спектр можливостей і впливовості соціальних комунікацій. Розширюється палітра форм вираження. За допомогою майданчика компанії в соціальній мережі можна залучити до діалогу потенційних працівників, партнерів, нові сегменти клієнтів, яких можна інформувати про послуги компанії за допомогою власного корпоративного каналу. Інноваційні PR-інструменти зміцнюють лояльність існуючих працівників, клієнтів і партнерів.

Сьогодні тренд сегментації споживачів за інтересами проявляється у бажанні отримувати інформацію не загального характеру, а відповідну специфічним інтересам кожного окремого сегмента цільової аудиторії. Зростає роль нішевих, ексклюзивних послуг. Для багатьох бізнес-структур доступ до масових каналів комунікації є заманливим і не принесе бажаної монетизації вкладених інвестицій. Водночас друковані медіа та громадські телеканали через недофінансування знижують якість послуг, втрачаючи свою привабливість. Інноваційний PR-інструментарій у такій ситуації є альтернативним майданчиком. На відміну від традиційних журналів сторінка компанії в Facebook чи Вконтакте не вимагає великих інвестицій. В якості головних ресурсів тут затребувані інтелект, час (швидкість реагування), досвід, зв'язки, доступ до інформації тощо.

Незважаючи на популярність соціальних мереж, традиційні PR-інструменти, такі як друковані корпоративні видання – журнали та газети, продовжують своє існування. Це пов'язано зі специфікою цільової аудиторії, яка не має доступу до цифрових засобів комунікації. Також якщо компанія пропонує дорогий ексклюзивний товар, для його продажу необхідні традиційні PR-інструменти – клієнтські журнали, які впливають на тактильні рецептори. Аудиторія віком понад 40 років звикла до друкованих видань, тож такому формату довіряють більше.

Проте майбутнє соціальних комунікацій бізнесу в найближче десятиліття значною мірою буде зміщене в бік цифрових комунікацій. Це підтверджує і той факт, що ряд компаній переводять свої внутрішньокорпоративні журнали в електронний формат. Демонструється при цьому і соціальна відповідальність бізнесу, адже друк на папері завдає істотної шкоди навколишньому середовищу. Можна припустити, що стратегічно корпоративні комунікації будуть спрямовані на цифровий формат, і компанії будуть активніше інтегровані в співтовариство соціальних мереж та громадської журналістики. Тому інноваційний PR-інструментарій вимагає

подальшого переосмислення та формалізації кращого досвіду, вивчення та наукового аналізу.

#### Список використаних джерел

1. Бабкин А. Ю. Корпоративные издания в России в условиях мирового кризиса: современное состояние и перспективы развития / А. Ю. Бабкин // Вест. Москов. Ун-та. Сп. 10: журналистика.- 2009. – № 2. – С. 217-221. [Babkin A. Korporativnyie izdaniya v Rossii v usloviyah mirovogo finansovogo krizisa: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya]
2. Гончарук Н. У вас ноль друзей. Когда и как Facebook потеснит электронную почту / Надежда Гончарук // Контракты. – 2010. – № 48. [Goncharuk N. U vas nol druzey. Kogda i kak Facebook potesnit elektronnyuyu pochtu]
3. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: учебник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А. Ф. Павленко и др. – М.: Изд-во "Химджест", 2008. – 720 с. [Kotler F. Marketingovyy menedzhment]
4. МакКоннелл Б. Эпидемия контента. Маркетинг в социальных сетях и блогосфере / Бен МакКоннелл, Джеки Хуба. – М.: Вершина, 2008. – 192 с. [MakKonnell B. Citizen Marketers: When People are the Message]
5. Новые медиа: практические советы и профессиональные стандарты: научн. Издание / сост.: А. Бондаренко, А. Греско, Т. Петров, Д. Янушевский. – К.: СПД Рудницкая А.М.; Изд-во "Синопис", 2009. – 128 с. [Novyie media: prakticheskie sovety i professionalnyie standarty: nauchn. Izdanie]
6. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
7. Попов А. Маркетинговые игры: Как вовлечь покупателей и обыграть конкурентов / Антон Попов. – М.: АО "Пласке", 2010. – 328 с. [Popov A. Blogi. Novaya sfera vliyaniya]
8. Райт Д. Блог-маркетинг: новый революционный путь увеличения продаж, усиления потенциала бренда и достижения выдающихся результатов в ири сном ь Джереми Райт, [пер. с англ.]. – М.: Эксмо, 2008. – 272 с. [Jeremy Wright. Blog Marketing: The Revolutionary New Way to Increase Sales, Build Your Brand, and Get Exceptional Results]
9. Скобл Р. Разговор дороже денег: как блоггинг ири с общение бизнеса и потребителей / Роберт Скобл, Шел Израэл; [Пер. с англ.]. – М.: Коммерсантъ, 2007. – 368 с. [Skobl R. Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers]
10. Тодорова О. В. Корпоративные медиа: жми сюда! / Оксана Тодорова. – М.: Пласке, 2010. – 256 с. [Todorova O. Korporativnyie media: zhmi syuda!]
11. Тодорова О. В. PR в цифровую эру. Искусство коммуникаций. / Оксана Тодорова. – М.: Huss, 2012. – 240 с. [Todorova O. PR v tsifrovuyu eru. Iskustvo kommunikatsiy]
12. Чемякин Ю.В. Из аутсайдеров в лидеры. Тенденции развития корпоративной прессы России / Ю.В. Чемякин // Известия Уральского государственного университета. – 2006. – № 40. – С. 98-106. [Chemyakin Yu.V. Iz autsayderov v lideryi. Tendentsii razvitiya korporativnoy pressy Rossii]
13. Ющук Е. Блог. Создать и ири сном ь / Евгений Ющук. – М.: Вершина, 2007. – 168 с. [Yuschuk E. Blog. Sozdat i raskrutit]
14. Корпоративная футурология. Тренды 2013 в коммуникациях современного бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.acmu.com.ua/presscenter/events/30>) [Korporativnaya futurologiya. Trendy 2013 v kommunikatsiyah sovremennoogo biznesa]
15. Мирошниченко А. 12 тезисов вирусном редакторе. [Электронный ресурс]. URL: ([http://www.chaskor.ru/article/sushchestvo\\_interneta\\_21588](http://www.chaskor.ru/article/sushchestvo_interneta_21588)) [Miroshnichenko A. 12 tezisev o virusnom redaktore]
16. V Фестиваль Ремаркетинг. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.acmu.com.ua/presscenter/events/38>) [V Festival Remarketing]
17. Advertology. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.advertology.ru/article115607.htm>)
18. CocaCola. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.facebook.com/cocacola>)
19. Fidobank. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/fidobank.ua>)
20. HiPP Ukraine. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/HiPP.Ukraine>)
21. Intellectualization. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/Intellectualization>)
22. Loe. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.loe.lviv.ua/ua/blog>)
23. McDonalds. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/McDonalds>)
24. Mystarbucksidea. [Электронный ресурс]. URL: (<http://www.mystarbucksidea.com>)
25. Netpeak. [Электронный ресурс]. URL: (<http://blog.netpeak.ua/vid-iz-ofisa-netpeak-tsentru-odessy-i-more>)
26. PiraeusBank. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/PiraeusBankUkraine>)
27. Pivdenny. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/Pivdenny>)
28. Privatbank. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/privatbank>)
29. Vents. [Электронный ресурс]. URL: (<http://blog.vents.ua>)
29. Xcitybank. [Электронный ресурс]. URL: (<https://www.facebook.com/xcitybank.com.ua>)

O. Todorova, Lecturer  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

### COMMUNICATIVE ASPECT OF INNOVATIVE AND TRADITIONAL PR-TOOLS

*This article provides a comparative analysis of PR-tools traditional format with their modern counterparts online. The author reveals the problems of the modern paradigm shift communications business in the digital environment. Particular attention is paid to the transition from a monologue in the traditional format of corporate communications for dialogue in innovative digital PR-tools. Innovative PR-tools greatly expands the range of possibilities for the presentation of their company values. The background extends media owner that determines what content to provide the target audience. Increasing the range of options and the impact of social communications. Expanding palette of expression. Innovative PR-tools strengthen the loyalty of existing employees, customers and partners. Despite the popularity of social networking, traditional PR-tools such as printed corporate publications - magazines and newspapers continue to exist. This is due to the specifics of the target audience, which does not have access to digital means of communication. However, the future of social communications business in the next decade will be largely shifted to digital communications. This is confirmed by the fact that some companies are shifting their internal corporate magazines in electronic format. Therefore, innovative PR-tools requires further reflection and formalizing best practices, research and scientific analysis. The author distinguishes and identifies the distinctive characteristics of innovative PR-tools, analyzed the case of vectors in magazines and corporate publications, posts on the social network Facebook, considered the most characteristic examples of the integration of online and offline communications activities of transnational companies.*

**Keywords:** innovative PR-tools page of the company in Facebook, corporate media, corporate publishing, corporate magazine, new corporate media, communication, communicative aspect, the Internet, social networks.

A. Тодорова, преподаватель  
Киевский национальный университет культуры и искусств, Киев, Украина

### КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ ИННОВАЦИОННОГО И ТРАДИЦИОННОГО PR-ИНСТРУМЕНТАРИЯ

*В данной статье проведен сравнительный анализ PR-инструментов традиционного формата с их современными Интернет-аналогами. Автор раскрывает проблемы изменения парадигмы коммуникаций современного бизнеса в цифровой среде. Особое внимание обращается на переход от монолога в корпоративных коммуникациях традиционного формата - к диалогу в инновационных цифровых PR-инструментах. Инновационный PR-инструментарий значительно расширяет спектр возможностей для презентации компанией своей системы ценностей. На задний план отходит владелец медиа, который определяет, какой контент предоставлять целевой аудитории. Увеличивается спектр возможностей и влияния социальных коммуникаций. Расширяется палитра форм выражения. Инновационные PR-инструменты укрепляют лояльность существующих работников, клиентов и партнеров. Несмотря на популярность социальных сетей, традиционные PR-инструменты, такие как печатные корпоративные издания - журналы и газеты, продолжают свое существование. Это связано со спецификой целевой аудитории, которая не имеет доступа к цифровым средствам коммуникации. Однако будущее социальных коммуникаций бизнеса в ближайшее десятилетие в значительной степени будет смещено в сторону цифровых коммуникаций. Это подтверждает и тот факт, что ряд компаний переводят свои внутрикорпоративные журналы в электронный формат. Поэтому инновационный PR-инструментарий требует дальнейшего переосмысления и формализации лучшего опыта, изучения и научного анализа. Автор выделил и определил отличные характеристики инновационного PR-инструментария, провел анализ тематических векторов в публикациях корпоративных журналов и постов в социальной сети Facebook, рассмотрел наиболее характерные примеры интеграции онлайн и офлайн коммуникаций в деятельности транснациональных компаний.*

**Ключевые слова:** инновационный PR-инструментарий, страница компании в Facebook, корпоративные медиа, корпоративное издание, корпоративный журнал, новые корпоративные медиа, коммуникация, коммуникативный аспект, интернет, социальные сети.

УДК 378.147

A. Фітісова, студ.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

A. Дейнека, студ.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

### ФАКУЛЬТЕТСЬКІ КАФЕДРИ В УЯВЛЕННЯХ СТУДЕНТІВ: СПРОБА ФЕНОМЕНОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ЗНАЧИМИХ СМИСЛОВИХ СТРУКТУР У ЦАРИНІ ОСВІТИ

*У статті представлені результати авторського феноменологічного дослідження, присвяченого опису та інтерпретації смислового поля факультету соціології КНУ ім. Т.Шевченка. На основі масиву нечислових даних, отриманих шляхом відкритого анкетування, глибоких інтерв'ю та через застосування проєктивних методик, автори аналізують типові уявлення студентів щодо факультетських кафедр, а також здійснюють ряд теоретичних узагальнень і проблематизацій. Фокус дослідження передбачає вихід за межі традиційної функціоналістської логіки аналізу освіти та актуалізацію феноменологічних пізнавальних стратегій.*

**Ключові слова:** феноменологія, інтерсуб'єктивний простір, факультет соціології, образ кафедри, система релевантностей, смисловий порядок, біографічна ситуація, одиничний досвід, седиментація, соціальна дія.

Соціологічні дослідження освітнього простору традиційно розгортаються у руслі функціоналістських інтерпретацій освіти, де остання постає як інституційно автономна система, що визначається, насамперед, через функцію організованої та селективної трансляції знань, навичок та компетенцій, котрі згодом стають базисом для подальшої професійної соціалізації індивідів (функціоналістська, економцентрична перспектива), а також сприяють розвитку самостійної і гармонійної особистості (гуманістична перспектива дослідження) [Константиновский, 2013: с. 28-32]. Таким чином, дискурс про освіту в соціології майже завжди є дискурсом про якість освіти, її відповідність заявленим стандартам, здатність адекватно відповідати на виклики часу і т. п.. Самі уявлення про зазначені проблеми можуть формуватися як на основі експертних оцінок актуальних станів та трен-

дів у сфері освіти, так і через виявлення рівня задоволеності учасників освітнього процесу окремими його сторонами. Дана стаття є спробою проблематизації такого підходу або, щонайменше, спробою суттєво розширити горизонт соціологічного осягнення освітньої проблематики через актуалізацію феноменологічних пізнавальних стратегій.

У основі нашого дослідження лежить теза про те, що смислове середовище, котре формується довкола освітніх інституцій, не може бути зведеним до простої релізації навчальних програм та інкорпорації професійних знань. Воно конституює спільний для його учасників життєвий простір, в межах якого діють множинні системи релевантних сенсів та мотивів. Опираючись на ці смислові порядки, залучені в освіту актори формують власні життєві стратегії та проєкти, котрі, як ми намагатимемося пока-

зати далі, далеко не вичерпуються простим посиланням на навчання та набуття фахових компетенцій. Більше того, сама динаміка типових сенсів та образів всередині інтерсуб'єктивного простору освітніх установ здатна суттєво впливати на вибір біографічно значимих життєвих траєкторій та формувати специфічні ідентичності для включених в освіту агентів.

Експлікація механізмів конструювання та реконструювання таких смислових структур на основі нечислового емпіричного матеріалу була метою нашого феноменологічного дослідження, присвяченого вивченню типових уявлень студентів факультету соціології КНУ ім. Шевченка щодо факультетських кафедр. В центрі нашої уваги перебувала окрема біографічно значима соціальна дія – *вибір студентом однієї із факультетських кафедр*, що на рівні конкретних робочих операцій виявляється через процедуру написання заяви на ім'я завідуючого (щорічно з 2 по 5 курс)<sup>1</sup>. Осмислення та інтерпретація студентами ситуації власної прив'язки до кафедри (не всі потрапляють на кафедру за власним бажанням) відбувається через референцію до сукупності релевантних сенсів, що формують узагальнений *образ кафедри* всередині факультетської інтерсуб'єктивності.

#### Методологічні засади дослідження

На відміну від класичного інтерпретативного аналізу, спрямованого на тлумачення суб'єктивного смислу, який окремі люди вкладають у ті чи інші дії, феноменологічна перспектива відкриває більш широкі дослідницькі горизонти, намагаючись відповідати на питання: як конститується цей смисл, що лежить в основі смислової структури соціального світу та яким чином уможливується та неproblemатична смислова дійсність – т. зв. життєсвіт, в межах якого кожен з нас неминуче перебуває, тлумачить те, що відбувається навколо, взаємодіє з іншими, будує життєві плани тощо. Допущення, що лежить в основі такого аналізу, полягає у тому, що будь-який акт пасивної інтерпретації дійсності (навчання/перебування на факультеті взагалі), або ж свідомо прагматизована, "орієнтована на проект" дія (вибір кафедри, теми дослідження, наукового керівника тощо) можливі лише у прив'язці до структур *нашого*<sup>2</sup> досвіду. Тому в межах феноменологічного підходу йдеться не про світ факультету, що існує сам по собі, а лише про світ, з яким студенти встановлюють зв'язок, постійно апелюючи до т. зв. "наявного запасу знання", неproblemатичного і самозрозумілого, отриманого в процесі безпосереднього досвідчування, а також взаємодії з іншими. Ситуація самого навчання/перебування на факультеті, яку ми інтерпретуємо і долаємо на основі нашого запасу знання, є обмеженою не тільки часовими, але і просторовими (організаційними) рамками. Опинившись у ситуації смислового середовища факультету, ми з одного боку тлумачимо цю ситуацію засобами попередніх актуальних досвідів, отриманих нами раніше та узагальнених у нашому запасі знання, а з іншого – ми засвоюємо і седиментуємо нові досвіди, отримані в межах саме цієї ситуації, які в подальшому виступають ґрунтом для нових інтерпретацій та типізацій. Таким чином, вибір кафедри, його суб'єктивне осягнення та загальне уявлення про те, що відбувається на факультеті не є осмисленими весь час однаково. Наші уявлення про майбутню професію, навчальні дисципліни, зустрічі з викладачами, події на факультеті, тексти, які ми читаємо, практика, яку доводиться проходити, психологічна атмосфера на кафедрах, особистості викладачів та досвід захистів курсових і дипломних, – усе це з'являється у нашому неproblemатичному досвіді, нашаровуючись поступово. Це створює динаміку наших уявлень про життя на факультеті, лежить в основі ви-

бору кафедри, який нам доводиться підтверджувати або змінювати кожного року, і навіть (дозволимо собі сказати більше) слугує основою нашого загального уявлення про те, чим є соціологія.

В основу аналізу ми покладемо схематику, запропоновану Альфредом Щюцом, котрий говорив про системи релевантностей індивідів як про сукупності значимих сенсів і орієнтацій, у відповідності до яких соціальні суб'єкти вибудовують свою діяльність, розрізняючи в її межах першочергове та другорядне, доцільне та недоцільне. З огляду на це, в основі типових моделей репрезентації кафедр лежать типові в рамках певних життєвих ситуацій (етап навчання, належність до певної кафедри) системи релевантностей. Самі *образи кафедр* існують у свідомості студентів у вигляді седиментованого запасу знання, отриманого ними на основі типізації одиничних досвідів взаємодії із кафедрою через її представників (однокурсники, викладачі, наукові керівники) та через включення до різних форм діяльності, що ініціюються кафедрою (наприклад, написання курсових або дипломних робіт, проходження практики тощо). Механізми типізації, таким чином, укорінені в інтерсуб'єктивному факультетському середовищі, що передбачає типовий характер отриманого студентами досвіду та забезпечує відносну сталість цих механізмів. Крім того, образ кафедри зчитується студентами як специфічна семантична єдність, інтегрованість якої забезпечується за рахунок наявності у кожній кафедрі власної *назви*. Назва кафедри дає змогу описувати сукупність уявлень студентів про кожну з кафедр як єдину смисловою структуру (тяглу та змінювану у часі). Як ми побачимо далі, у випадку первинного знайомства з кафедрою, при відсутності регулярних взаємодій, її назва може слугувати самостійним джерелом сенсів.

Отже, *об'єктом* нашого дослідження є *інтерсуб'єктивний смисловий простір факультету соціології*.

**Предмет дослідження:** *чинники конструювання та відтворення типових образів факультетських кафедр в уявленнях студентів*. Зауважимо, що використовуючи загальноновживане поняття "чинники" у формулюванні предмету, ми будемо мати на увазі те, що феноменологи називають "одиничними досвідами". Саме одиничні досвіди, змінюючи запас знання, а отже, і типізації, здатні впливати на реконструювання образів кафедр. Саме *типові* одиничні досвіди є предметом нашої уваги, оскільки ми реконструюємо лише усталені, стійкі образи кафедр.

**Мета:** *виявити у динамічній перспективі чинники конструювання та відтворення типових образів факультетських кафедр у студентському середовищі*. Формулюючи мету, ми конкретизували ще один важливий момент: *динамічність* образів. Це теоретичне допущення ґрунтується на тезі А. Щюца про те, що "конкретні одиничні досвіди й надбудовані над ними типізації... з плином часу завжди будуть піддані сумніву, модифіковані або навіть "підірвані" новими одиничними досвідами" [Щюц, 2004: с. 121]. В першу чергу, це означає, що будь-який новий досвід взаємодії з кафедрою седиментується і проблематизує попередні досвіди, це змінює основи типізації та реконструює загальні уявлення про кафедри. Про які саме одиничні досвіди іде мова? Що саме змінюється в образах кафедр протягом навчання? Це основні питання нашого дослідження.

У травні-червні 2013 року разом з колегами<sup>3</sup> ми зібрали масив нечислових даних. Дані були зібрані зі студентів факультету соціології КНУ імені Тараса Шевченка в два етапи за допомогою декількох методик: коротке письмове опитування (суцільна вибірка), глибинні інтерв'ю щодо мотивів вибору та зміни кафедри (вибірка тео-

ретичного насичення, інтенсивний відбір), крім того ми спробували застосувати дві проєктивні методики (суцільна вибірка), про які детальніше ми напишемо нижче. Спочатку ми провели письмове суцільне опитування студентів усіх курсів. Анкета складалася з декількох відкритих запитань, а також включала завдання однієї або двох проєктивних методик. Студентам першого курсу ми задали питання: "Яку кафедру Ви обрали та чому?" Питання супроводжувалося завданням: "Намалюйте кафедру у вигляді будинку". Студентам другого та третього курсів було додано питання: чи змінювали вони кафедру впродовж навчання, якщо так, то чому, і також – пропозиція намалювати кафедру у вигляді будинку. Студенти четвертого курсу, спеціальності та першого курсу магістратури, окрім базової анкети та проєктивної методики, отримали додаткове завдання. Їм пропонувалося уявити, що вони знімають кіно про кожну з кафедр та обрати жанр такого кіно (перелік жанрів додавався), нижче – прохання письмово пояснити свій вибір.

Опитування проводилося в аудиторіях факультету, наприкінці лекцій, і на його виконання студенти витрачали від 5-7 хвилин (на першому курсі) до 20 хвилин (на старших курсах). Загалом, методом суцільного опитування ми зібрали 189 анкет. На другому етапі було проведено 19 глибинних інтерв'ю, що тематично стосувалися мотивів вибору та зміни навальної кафедри, зі студентами різних курсів, різних кафедр та різного ступеню включеності до факультетського життя. Інтерв'ю були організовані за принципом ретроспективного реконструювання студентами свого життя на факультеті з акцентом на кафедральну диференціацію. Проблема валідності та надійності результатів вирішувалася шляхом триангуляції методів та застосування процедури порівняння результатів інтерпретації даних кількох незалежних груп дослідників<sup>4</sup>.

Що стосується інтерпретації візуальних даних, то спочатку ми не мали чіткої стратегії аналізу, – вона з'явилася уже під час роботи з малюнками. Основним феноменологічним поняттям, крізь яке ми описували зображення було поняття "система релевантності". В якості критеріїв аналізу виділялися такі характеристики як перспектива зображення будинку (ззовні чи зсередини), етажність (зображені будинки варіювали від маленької хатинки до хмарочосу), реальність існування споруди (від суто фантастичних будівель типу замку Диснейленду чи хатинки на курячих ніжках до стандартної багатоповерхівки), її призначення (житловий будинок, бібліотека, фабрика тощо), місце розташування (садочок, будинок на горі, міський квартал) тощо. Застосування цих критеріїв дозволило добре специфікувати відмінності в образах кафедр. Виявилось, наприклад, що одну з кафедр, на відміну від інших, часто зображували як внутрішній простір будинку, акцентуючи на відкритих дверях, вікнах, рослинах; іншу – у вигляді заводу, хмарочосу, фабрики тощо; зображення третьої кафедри не обходилося без високого паркану або, наприклад, інструментів катування і т.д. і т.п. Як правило, отримували інтерпретації візуальних образів з'являлися в контексті порівняння малюнків про різні кафедри між собою, в результаті узгодження їх з вербальними обґрунтуваннями мотиву вибору кафедри, а також не без здорового глузду дослідників, які також поки що є студентами даного факультету.

#### Результати дослідження

Оскільки базовою теоретико-пізнавальною інтенцією нашого дослідження була фіксація чинників формування та ретрансляції значимих інтерсуб'єктивних смислових структур в межах факультетського середовища, насичення та внутрішня динаміка тих семантичних

утворень, котрі ми назвали вище образами кафедр, були концептуально відображені нами у трьох послідовних етапах їх конститування:

1) *Початковий етап* (від вступу на факультет до написання першої курсової роботи – перші 1,5 роки навчання);

2) *Етап інтенсифікації взаємодії з кафедрою* (2 та 3 навчальні роки);

3) *Етап групової сегрегації за кафедральним принципом* (4-6 навчальні роки)

Загальна динаміка типових механізмів репрезентації кафедр характеризується помітною диференціацією образів кафедр в залежності від того, наскільки студенти є включеними у взаємодію зі своєю кафедрою. Міра включеності студентів у кафедральне життя помітно зростає в залежності від курсу, що призводить до поступового набуття нового досвіду, котрий седиментується у нових формах знання. Тому, кожен із вищезначених етапів ми опишемо окремо.

#### 1. Початковий етап.

На даному етапі студентам доводиться обирати кафедру вперше. Момент вибору припадає на кінець першого курсу, коли більшість із них має лише попереднє й неоформлене уявлення щодо спеціалізації кафедр, як і щодо соціології загалом. Слід обов'язково брати до уваги, що сам вибір кафедри не є окремим дискретним актом: на даному етапі він має тісний смисловий та емоційний зв'язок із попередньою, куди більш напруженою соціальною дією – вибором місця навчання із властивим для нього проєктом майбутнього. Тому проєкт професійної самореалізації є важливим елементом аргументації та інтерпретації власного вибору. Як це не дивно, саме першокурсники виявились тією групою, котра найбільше співвідносить обрання кафедри із перспективами майбутньої професійної діяльності, іще не маючи у ній прямої необхідності. Кафедра розглядається як *засіб, що зіграє роль в реалізації конкретного проєкту працевлаштування після закінчення факультету*. Тут діє опора на найзагальніші стереотипні уявлення щодо референтних сфер, де за фахом може працювати соціолог: прикладні соціологічні та маркетингові дослідження (кафедра методів), а також сфери реклами, ЗМК, політики (кафедра галузевої соціології). Зазначені кафедри і є найбільш популярними серед першокурсників.

Центральні релевантні сенси тут – це перспективність, професійна придатність, проєкція свого майбутнього місця на ринку праці. Даний смисловий вектор співвідноситься із вже сформованим досвідом *взаємодії із викладачами* та життям на факультеті загалом. Спілкування із викладачами, їх харизма та особисті якості, враження від прочитаних курсів виступають принципово важливим чинником у формуванні образу кафедри як на першому курсі, так і на більш пізніх етапах. Але для першокурсників, які мають досить туманне уявлення щодо факультетського життя, образи кафедр значною мірою конструюються шляхом персоніфікації. Факультетські курси, котрі читалися протягом перших трьох семестрів, вели здебільшого викладачі з кафедри Методології та методів соціологічних досліджень (ММСД) – це Вступ до спеціальності, Теорія ймовірності, Основи інформатики.

*"Це був єдиний соціологічний предмет (Вступ до спец.) і це було цікаво, корисно, – це були Х. і В. Ще подобалась інформатика, Н. дуже гарний викладач. Ми за нею сумуємо"* (студентка 2 курсу, кафедра СССВ)

Враження від викладачів та отримана з їхніх вуст інформація про кафедри частково закладають той первинний запас знання, виходячи з якого студенти роблять свій вибір кафедри. Звернемо увагу, що на даному

етапі розподіл навчальних курсів між викладачами з різних кафедр є досить нерівномірним.

*"Адаптація йшла більше всього за кафедру методів. Всі туди... Більшість, точніше, з нашого курсу пішли туди на цю кафедру, бо вона найбільш розрекламованою була" (студент 2 курсу, кафедра ГС).*

*"Хтось пішов на Структури, але ніхто не знав жодного викладача з цієї кафедри. Навмання" (студентка 2 курсу, кафедра ГС)*

"Піар" з боку викладачів (та студентів) кафедри ММСД полягав здебільшого у поширенні думки, що такий вибір є найбільш перспективним у кар'єрному плані, що цілком відповідає базовому релевантному сенсу, котрий зумовлює відповідне рішення:

*"перша асоціація – саме з комерційним використанням цього знання", "вона дає більше перспектив", "після навчання на цій кафедрі легше буде знайти роботу", "справжній соціолог має бути обізнаним у нових технологіях та методах" (студенти 1 курсу)*

Серед першокурсників на кафедрі ММСД написали заяву найбільше студентів (25 з 56 опитаних), так само як і серед другокурсників (14 із 30). Другою за популярністю для першокурсників є кафедра Галузевої соціології (ГС) (18 з 56 опитаних першокурсників). Показово, що третина з тих, хто обрав цю кафедру, зазначили, що хотіли б займатися соціологією політики; згадувалась також і соціологія комунікацій, реклами. Зазначені галузі найбільшою мірою асоціюються для опитаних студентів із професійним успіхом та дають змогу *"навздогін" раціоналізувати та легітимувати власний вибір професії*. Також студенти аргументували свій вибір, апелюючи до відкритості власних навчальних перспектив:

*"ти сам можеш обрати, яким саме видом діяльності тобі займатися", "я хочу більше розвиватися у різних галузях", "мені цікаво вивчати соціології з різних сторін... щоб пошук моєї майбутньої професії не звузився на одному предметі чи напрямку" (студенти 1 курсу)*

Зазначимо, що на початку навчання, коли студенти майже не були знайомі з особливостями тих чи інших кафедр, важливим фактором залишалося те, що назва кафедри *"говорить сама по собі"*. Так, для кафедри ГС висновок є таким, що студент може обрати для себе будь-яку сферу та вивчати її. Для найменш популярної кафедри (2 з 56 опитаних першокурсників) – Теорії та історії соціології (ТІС), асоціаціями, що випливають з назви були такі: *"більш така філософська кафедра", "бібліотечний пил", "хто на кого попливає", "відірваність від життя", "дати-персоналії-назви праць", "це ж історія... і теорія...(сумно)"*. З іншого боку, важливим досвідом для першокурсника є слухання лекцій з історії соціології, особливу роль тут грає особистість викладача, який або зацікавить і приведе частину студентів на кафедру, або ні:

*"Я обрала кафедру ТІС, тому що на першому курсі мене надихнула викладачка з Історії соціології" (студентка 5 курсу, кафедра ТІС); "Слухання лекцій з історії соціології – це наш перший негативний досвід у всього потоку, лекції були не на вищому рівні" (студентка 2 курсу, кафедра ММСД)*

Кафедра Соціальних структур та соціальних відносин (СССВ) в уявленнях першокурсників, котрі написали туди заяву не має чіткої ідентифікації. Її викладачі зовсім не були представлені протягом першого року навчання, її назва не передбачає однозначних асоціацій. Самі студенти аргументували свій вибір здебільшого простим *"мені це цікаво"*, інколи уточнюючи, що запропоновані теми курсових робіт та кафедральні курси є найпривабливішими. Певною мірою інтерес у студентів викликає особистість завідувачки кафедри.

*"Вона запам'яталась дуже як гарний приклад жінки в науці – така гарна жінка серед чоловіків (інших завідувачів) виділяється" (студентка 2 курсу, кафедра ГС)*

Інколи в інтерв'ю та в анкетних коментарях звучала думка, що вибір на користь кафедри СССР був здійснений від протилежного: *"на теорії нудно", "на методах треба математику знати"*, а *"на галузях суворий завідувач"*. Але, в цілому, більш-менш усталеного образу кафедри СССР для молодшокурсників не існує:

*"Кафедра СССР була найбільшою невідомістю, але я нічого про неї негативного не чула, тому і обрала" (студентка 5 курсу, кафедра СССР)*

Отже, під кінець першого курсу, тобто на момент вибору кафедри, у студентів складається найбільш чіткий та насичений образ кафедри ММСД, досить конкретне уявлення про кафедру ГС, пов'язане з інтерпретацією назви, образ покритої пилом та "історичної" кафедри ТІС та досить розмите, але позитивне уявлення про кафедру СССР. Важливо взяти до уваги, що на цьому етапі в системі релевантностей студентів майже не присутні такі фактори як тематичні напрямки кафедр (за винятком деяких), "атмосфера" та організаційна специфіка кафедр; крім того, майже не згадуються фігури завідуючих кафедрами. Таким чином, репрезентації кафедр на початку навчання для більшості студентів співвідносяться із такими релевантними сенсами як *"перспективність"*, *"майбутня професійна зайнятість"* тощо. Далі ми побачимо яких особливостей набувають образи кафедр для старших курсів та чим вони принципово відрізняються від описаних вище.

## 2. Етап інтенсифікації взаємодії з кафедрами

Другий етап седиментації досвіду взаємодії з кафедрою починається приблизно всередині другого курсу. Темпоральна фіксація початку даного етапу тут досить умовна, проте, нова точка відліку в процесі насичення образу кафедри встановлюється досить чітко. Перш за все, вона пов'язана з тим, що у студентів *з'являються нові досвіди взаємодії с кафедрами*. Якщо першокурсникам більшою мірою читали загальноосвітні курси, то на другому курсі з'являється велика кількість соціологічних дисциплін. Студент глибше занурюється у соціологію, все частіше співвідносить дисципліну і викладача з кафедрою, формує власну професійну ідентичність. Оскільки тепер студенти прив'язуються до кафедр для написання і захисту курсової роботи, вони, відповідно, займаються індивідуальними темами досліджень, спілкуються з науковим керівником, інколи *"заходять"* на кафедру і отримують враження щодо організації роботи, стосунків між викладачами. Тобто, окрім того, що студенти *включаються і озвичають* в процесі написання робіт предметну специфіку кафедри, вони також складають деяке уявлення про кафедру як окремий організаційний простір зі своїми ресурсами (інтелектуальними і матеріальними), "атмосферою", специфічними схемами інтерпретації життя на факультеті, розумінням значимих Інших тощо.

*"Я, звичайно, і далі буду писати на методах, але я зрозуміла, що між викладачами не все так гладко відбувається. До мого керівника якось не так ставляться на кафедрі" (студентка 2 курсу, кафедра ММСД). "Я туди прийшла, побачила 3. Специфічний персонаж. На мене одразу навалювали [багато роботи]..." (студентка 2 курсу, кафедра ГС)*

Але для більшості другокурсників простір самої кафедри і те, що там відбувається, поки ще не стає вагомим елементом в структурі уявлень про кафедру. На момент захисту першої курсової роботи центральний релевантний сенс (перспектива працевлаштування), що викристалізовувався в момент здійснення вибору кафе-

дри на першому курсі, починає втрачати свою значимість. Тут ми маємо справу із суттєвою реорганізацією тієї системи релевантностей, котра на попередньому етапі формувала ядро аргументації при здійсненні вибору. Цей центральний релевантний сенс залишається і вкорінюється лише на кафедрі ММСД, оскільки дана кафедра має найбільш практичний характер (вона найближча до ринку праці та орієнтована саме на нього).

*"Як я вже зрозумів, вибір кафедри не має такого чіткого зв'язку із подальшою професійною діяльністю" (студент 2 курсу, кафедра ГС)*

На даному етапі інтеграція студентів у взаємодію із кафедрою залишається порівняно незначною, у них відсутня навчальна диференціація за кафедральним принципом, а персональний зв'язок із кафедрою здебільшого зводиться до взаємодії із науковим керівником та разовою і недовготривалою процедурою захисту курсових робіт. Тим не меш, існуючі формати взаємодії (написання курсових, прослуховування курсів, участь у практиці), корегують наявні образи та напластовують нові релевантні сенси. На даному етапі студенти нерідко переглядають свої первинні уявлення щодо кафедри, що може стати причиною її зміни, або навпаки, повторного свідомого вибору:

*"Мої очікування певною мірою не справдилися, вимогливості такої я не відчув з боку кафедри стосовно написання курсових робіт і так далі... Зараз я збираюся кафедру змінювати, тому що, все ж таки, вибір можливих тем для написання курсової роботи є більшим і не закріплений просто за якоюсь галузеву соціологією" (студент 2 курсу, кафедра ГС). "Я цю кафедру не вибирала. Це визначилось не за моїм бажанням. Але мені ця кафедра подобається, і я не хочу її змінювати" (студентка 2 курсу, кафедра ТІС)*

### 3. Етап групової сегрегації за кафедральним принципом.

Визначальною віхою, котра відрізняє старшокурсників (4 і 5 курс) від їхніх молодших колег, є дисциплінарна диференціація студентства за кафедральним принципом. Такий поділ дає можливість студентам на практиці відчувати розмежування на групи у відповідності до обраної ними спеціалізації. Новий досвід, котрий студенти отримують ідучи на спеціалізовані пари зі своїми колегами по кафедрі, седиментується у формі специфічної кафедральної ідентичності, котра відрізняє їхню "Ми-групу" від усіх інших "Вони-груп". Студенту доводиться вивчати саме ці, а не інші предмети, які читають саме ці конкретні викладачі, знаходячись при цьому у спеціально відмежованому просторі – окремій аудиторії. Така диференціація студентства на рівні повсякденних навчальних практик, а також офіційний поділ на кафедральні групи передбачає, що значно глибше диференціюватимуться і самі моделі репрезентації кафедр. Окрім того, старшокурсникам доводиться значно інтенсивніше взаємодіяти з кафедрою у ході написання дипломних робіт – відвідувати засідання, звітувати про виконану роботу, спілкуватися з науковим керівником тощо. Тому очевидно, що саме для представників старших курсів образи кафедр матимуть найвищу смислову та емоційну насиченість, а системи релевантностей, у відповідності до яких студент рефлексуватиме власний вибір, включатимуть нові більш багатоманітні референтні пласти.

#### "Атмосфера" кафедри

"Атмосфера кафедри" як конструкт першого порядку, тобто категорія, якою послуговуються студенти, здійснюючи опис власного досвіду навчання на кафедрі є одним з основних релевантних сенсів, що включається в конструювання образу кафедри на старших курсах.

Аналіз малюнків, матеріалів письмового опитування та глибинних інтерв'ю дає змогу встановити, що атмосфера є однією з основних систем координат репрезентації ГС та СССР старшокурсниками. Так, студенти четвертого і п'ятого курсу, зображаючи кафедру ГС у вигляді будинку, досить часто використовували символи жорсткої дисципліни на кафедрі. Те ж підтверджується і проекцією "Якби Ви знімали художній фільм про кожну кафедру, якого він був би жанру і чому?": для кафедри ГС найпоширеніші варіанти, котрі характеризують кафедральну атмосферу, – це *фільм жаків* (20 разів) та *бойовик* (11 разів). Студенти коментують свій вибір так:

*"Ті нещасні, що там навчаються, говорять такі речі, про які писав Кафка – людина як маріонетка в руках невідомої сили" (студент 5 курсу, кафедра ТІС)*

Що стосується кафедри СССР, частина отриманих малюнків, що презентують кафедру через атмосферу, є досить гармонічними будиночками, з відкритим вікном, акуратними занавісочками, деревцем, квітами; або інше – завідувачка кафедри обіймає кафедру. В проекції "Фільми" атмосферу даної кафедри характеризує популярний варіант відповіді – *мелодрама (ліричне кіно про кохання, сім'ю)* (19 разів). Даний варіант насамперед пов'язаний із розповсюдженням сприйняттям даної кафедри як "жіночої":

*"Складається відчуття, що там завжди панує домашня атмосфера, де зустрічаються подрузи і обговорюють не лише навчальні справи" (студентка 5 курсу, кафедра ТІС)*

Атмосфера кафедри ТІС і ММСД майже не потрапляє у візуальні проекції кафедр, що, на нашу думку, може бути пов'язаним з більш яскравою предметною орієнтацією цих кафедр, що породжує відповідні образи. Тим не менш, аналізуючи проекцію "Фільми", щодо кафедри ММСД часто обираються варіанти *комедія* (18 разів) і *мультфільм* (7 разів).

*"Комедія – хороший настрій, цікаві особистості... почуваш себе комфортно, отримуєш задоволення" (студентка 4 курсу, кафедра ММСД). "По чуткам там захисти робіт (будь-якого змісту) проходять дуже весело" (студентка 4 курсу, кафедра СССР).*

З іншої сторони, дану кафедру характеризує іще один поширений варіант відповіді – *бойовик* (12 разів) – його здебільшого обирали студенти 4 курсу, і такий варіант як *фільм жаків* (7 разів):

*"Там треба бути постійно в конкурентному середовищі" (студентка 4 курсу, кафедра ММСД). "Методи та методології – бойовик. Найбільше виключають аспірантів" (студент 5 курсу, кафедра ТІС)*

Що стосується кафедри ТІС, тут є деяка особливість. Такий релевантний сенс як "атмосфера кафедри" не з'являється тут ні у проекції "Фільми", досить слабо він представлений у малюнках, проте досить переконливо "атмосфера" відчувається в інтерв'ю і суцільному анкетуванні.

*"Позитив, ну, от позитив, приємні люди, чай, кава..." (студентка 4 курсу, кафедра ТІС. "Ядро, звичайно, сформовано навколо викладачів прошарених, – і це створює хорошу атмосферу" (студент 4 курсу, кафедра ТІС)*

#### Дослідницька орієнтація кафедри

Крім фактору "атмосфери", потрібно наголосити і на найбільш поширених способах предметної типізації кафедри: жанр фільму або малюнок може асоціюватися з тим, що саме на даній кафедрі вивчають. В цих координатах кафедру ММСД характеризує такий варіант жанру фільму як *детектив* (13 разів).

*"Саме з цим жанром асоціюється різні методи дослідження, знахідка різних доказів" (студентка 5 курсу, кафедра СССР). "Кафедра займається, в основному, емпірією – пошук латентних змінних, які пояснюють*



*те чи інше явище чи феномен (як детектив шукає)" (студент 5 курсу, кафедра ММСД)*

Ідентифікація предметного спрямування кафедри ГС не виявила ніяких яскравих тенденцій, оскільки одностороннього напрямку досліджень у кафедрі ГС немає. Інколи студенти зображували кафедру ГС в якості багатокімнатного будинку, або будинку, в якому багато кімнат, що можна інтерпретувати через розгалуженість предметних орієнтацій, проте, це досить формальне уявлення, яке, як ми доводили вище, походить, скоріше, з назви кафедри, ніж зайнятості на ній.

Для кафедри СССВ найпопулярнішим фільмом був варіант *соціальна драма* – його обрали 27 із 69 опитаних старшокурсників. Судячи з коментарів, цей вибір стосується насамперед дослідницької спрямованості кафедри:

*"Кафедра розробляє такі актуальні теми для суспільного життя" (студентка 4 курсу, кафедра СССВ). "Поле діяльності кафедри – соц. нерівності, стратифікація – тому соц. драма" (студент 5 курсу, кафедра ММСД)*

Дійсно, якщо зважати на назви курсів, котрі викладаються на даній кафедрі, то можна перекоонатися, що вони пов'язані насамперед із проблемами соціальної стратифікації, нерівностей тощо. У зв'язку з цим на малюнках часто використовуються символи ієрархії, які на відміну від ГС ми інтерпретуємо, в координатах предметної орієнтації кафедри, а не її атмосфери.

Щодо кафедри ТІС, то тут можна виокремити два найпоширеніших варіанти, котрі характеризують її дослідницьку специфіку – це *історичне кіно* (26 разів) та *інтелектуальне авторське кіно* (20 разів). Перший варіант відображає первинну асоціацію, котра пов'язує його із назвою самої кафедри, тому тут можна сказати, що дана інтенція містилася у самому опитувальнику. Тим не менш, це в цілому відповідає предметній специфіці кафедри. Другий за популярністю варіант характеризує кафедру як таку, що має особливе інтелектуальне спрямування:

*"Це найбільш інтелектуально вишукана кафедра що вийшла за рамки банальної прагматики, ідеологічних штампів та сухого формалізму й позитивізму" (студент 5 курсу, кафедра ТІС). "Там інтелектуали, які високо мислять у своє задоволення" (студентка 4 курсу, кафедра СССВ)*

Очевидно, що дана оцінка є протилежною щодо тих уявлень, котрі панують серед першокурсників. Разом з тим, цей варіант відповіді в цілому може характеризувати і атмосферу кафедри. В малюнках предметна орієнтація ТІС представлена частково. Інколи це може бути бюст якогось філософа, книжка, будівля, схожа на радянську бібліотеку. Деколи, малюнки висвітлюють, що ТІС є найбільш відірваною від життя і чинить найбільш загальний аналіз (замок в хмарах, будиночок в горах), або є чимось на кшталт історичного музею (Колізей, піраміда).

#### **Образи кафедр в координатах різних систем релевантностей**

Система координат, в рамках якої фіксується вагомність, значимість, престиж кафедри серед інших на факультеті, найбільш цікава і найбільш складна. Перш за все, через те, що сам престиж може розглядатися з точки зору різних систем релевантності. Розглянемо цю ситуацію на прикладі порівняння образів кафедр ММСД та ТІС. Ми вже приділили достатньо уваги престижу кафедри, що формується на основі оцінки доцільності знання, що дається на конкретній кафедрі, в умовах реального ринку праці, тому не будемо зупинятися на цьому. Нижче ми продемонструємо, як стикаються схеми взаємної інтерпретації студентів кафедри ТІС та кафедри ММСД.

Порівняно з кафедрою ТІС, яку студенти з інших кафедр часто зображують вигляді звичайного однопверхового будинку, інколи будинку на курячих ніжках, кафедра ММСД завжди виглядає набагато прогресивніше і сучасніше (бізнес-центр, фабрика, завод). В координатах системи релевантностей, для якої центральними сенсами є кар'єрне зростання, хороша зарплата і високий соціальний престиж, кафедра ТІС, і справді, програє ММСД. І ми бачимо, що у візуальній проекції більшою мірою спливають саме ці координати репрезентації образів. Проте, з інтерв'ю, а також з іншої частини малюнків, що почасти малюють самі студенти кафедри ТІС (будівля, що розташована вище за всіх – в хмарах, в горах), ми дізнаємося, що представники ТІС навряд чи б погодилися з тим, що характеристика "непрогресивності" їхньої кафедри принижує їх. Нерідко позиціонуючи себе (свою кафедру) як "постмодерністську" (в опозиції до "позитивістської" ММСД), студенти ТІС інтерпретують себе і свою кафедру в координатах іншої системи релевантності:

*"Якщо у нас на кафедрі повний постмодерн, то на методах досі "бродить" недолюбий позитивізм" (студентка 4 курсу, кафедра ТІС)*

Студенти кафедри ММСД коментують зі свого боку:

*"Нет, у нас [ММСД] по отношению к вам [ТІС] противостояния нет, мне кажется, вот у вас оно есть. Я просто по поведению некоторых ваших представителей замечаю. Когда отвечаешь на семинарах, они делают так: "ццц, понятнооо, это ж методы они ничего не поняли в этой жизни"" (студентка 5 курсу, кафедра ММСД)*

Але для себе студенти ММСД, все одно, віднаходять інші релевантні системи, на основі яких раціоналізуються їхня присутність на власній кафедрі. Що ж стосується студентів ТІС, то вони досить скептичної думки щодо "ачули маркетингу" кафедри ММСД. Вони вибудовують свою кафедральну ідентичність як особливу позицію здатних відійти від прагматики людей, свого роду привілейованих маргіналів ("бахнутих").

*У нас на кафедрі всі бахнуті. Один влаштує революцію. Я збираюсь все життя займатися абсолютно непрестижними речами. Є дівчина на вигляд модель моделлю, а цікавиться філософією, шарить". (Студентка 4 курсу, кафедра ТІС)*

#### **Висновки**

В нашому дослідженні ми виходили із традиційної феноменологічної схематики, що передбачає апеляцію до соціально значимих дій та усталених типових способів їх осмислення, інтерпретації та легітимації. В даному випадку мова йшла про вибір кафедри як приклад такої дії. Саме питання вибору як біографічно значимого акту, в контексті феноменологічного аналізу інтерсуб'єктивних смислових структур, наштовхує нас на доволі специфічну проблему. Це проблема концептуальної експлікації механізмів конструювання та відтворення значимих смислових порядків, як особливого способу існування соціальної дійсності. Якщо актуалізувати дану проблему в контексті соціологічних досліджень освіти, то ми побачимо суттєву обмеженість *традиційного підходу* до вивчення даного предметного поля. Здійснюючи редукцію царини освіти до її інституційно-функціонального підґрунтя, чи навіть фокусуємось на нерівностях і стратегіях мобільності в освіті (як, наприклад, це робить Бурдье), ми тим самим позбавляємо соціологію можливості розглядати освітній простір не інструментально, тобто сприймати його не як засіб для досягнення персональних чи суспільних цілей, а як особливе смислове середовище, специфічний сегмент життєвого світу, в межах якого подібні задачі та проекти



формується та відтворюється [Бурдьє, 2007]. Традиційний дискурс про суб'єктивний сенс соціальної дії тут отримує принципову контекстуалізацію, котра позбавляє суб'єкта його соціальної дискретності та суверенності. Зокрема, результати нашого дослідження демонструють, як організаційна та функціональна диференціація факультетського простору сприяє формуванню особливого смислового середовища, котре має власну онтологічну релевантність для включених у нього агентів та виявляє себе у формі специфічних ідентичностей та оригінальних персональних проєкцій у майбутнє, на основі яких студенти впорядковують власні практики та взаємодії. Звісно, що наше дослідження має локальний характер та досить вузьку предметну специфікацію, а факультетська інтерсуб'єктивність далеко не вичерпується студентськими уявленнями щодо кафедр. Але на основі даного конкретного кейсу ми можемо сформулювати узагальнення теоретичного характеру, а саме, ми хочемо сказати, що базова операція соціологічної уяви – пояснення феноменальної даності світу через соціальні чинники, повинна відбуватися у тому числі через посилання на циркуляцію смислових структур соціуму, його семантики й символічної морфології.

#### Примітки

<sup>1</sup>Будучи прив'язаним до кафедри, студенти пишуть курсові та дипломні роботи, а також слухають відповідні "кафедральні курси" (4 курс бакалаврату, спеціалітет, магістратура).

<sup>2</sup>Для феноменологічних текстів є властивим особливе використання займенників першої особи. Вони замінюють тут звичні поняття суб'єкту, соціального агента, актора тощо. Наприклад, коли Щюц пише: "світ в природній настанові підлягає моєму тлумаченню", – він не має на увазі тлумачення феноменолога, він говорить про узагальнене дискретне "Я", що перебуває в світі природної настанови та є предметом феноменологічної уваги. Наслідуючи дану стратегію написання тексту, ми, автори, хочемо таким чином наголосити, що фено-

менологічне дослідження – це не спосіб з'ясування окремих фактів про недостатньо вивчений об'єкт дослідження, а специфічна інтелектуальна практика з методологічно необхідною прив'язкою до власного "Я".

<sup>3</sup>Ми вдячні нашим колегам – Легкобиту І., Романюк К., Шелухіну В., Акулову М. та Горленку С., що разом з нами брали участь у підготовці та проведенні цього дослідження, а також керівнику нашої дослідницької групи – Олені Геннадіївні Злобіній, котра дбайливо підтримувала і спонукала нас привести результати дослідження до тієї форми, у якій вони існують сьогодні.

<sup>4</sup>Масив даних аналізувався двома групами соціологів – нами та нашими колегами (одногрупниками), разом з якими ми працювали над цим проєктом в межах курсу "Соціальна феноменологія". Обидві групи мали однаковий об'єкт дослідження, проте зосередилися на різних предметах. Водночас змістовні інтерпретації отриманих якісних даних в частині опису образів кафедр виявилися добре узгоджуваними.

#### Список використаної літератури:

1. Бурдьє П. Воспроизводство: элементы теории системы образования / П. Бурдьє, Ж.К. Пассрон; пер. с фр. – М.: Просвещение, 2007. – 267 с. [Bourdieu P., Passeron J.-C., La reproduction, Éléments d'une théorie du système d'enseignement; per. s fr. – М. Prosveshchenie, 2007. – 267 s.]
2. Константиновский Д. Реальность образования. Социологическое исследование: от метафоры к интерпретации / Д. Константиновский, В. Вахштайн, Д. Куракин. – М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2013. – 224 с. [Konstantinovsky D. Realnost' obrazovaniia. Sotsiologicheskoe issledovanie: ot metafory k interpretatsii / Konstantinovsky D., Vachshtein V., Kurakin D. – М.: Tsentr sotsial'nogo prognozirovaniia i marketinga, 2013. – 224 s.]
3. Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980. – 176 с. [E. Sokolova, Proektivnye metody issledovaniia lichnosti. – М.: Izd-vo Mosk. Un-ta, 1980 – 176 s.]
4. Щюц А. Структуры життєсвіту / А. Щюц, Т. Лукман; пер. з нім. В. Кебуладзе. – К.: Український Центр духовної культури, 2004. – 560 с. [A. Schütz, T. Luckmann, Strukturen Der Lebenswelt; per.z nim. V.Kebuladze. – К.: Ukrainiys'ky Tsentr dukhovnoi kultury, 2004. – 560 s.]
5. Schutz A. Collected Papers I. The Problem of Social Reality / Alfred Schutz. – Dordrecht (the Netherlands): Kluwer Academic Publishers Group, 1982. – 361 p. Studenova. – М.: Gumany't. y'zd. centr VLADOS, 2001. –370 s.]

Науковий керівник професор Злобіна О.Г.

Надійшла до редакції 06.05.14

A. Fitisova, MA Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine  
A. Deineka, MA Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### STUDENT'S REPRESENTATIONS OF FACULTY'S DEPARTMENTS: TOWARDS PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS OF SIGNIFICANT MEANING STRUCTURES IN HIGHER EDUCATION

*The article presents results of original phenomenological research, which devoted to description and interpretation of intersubjective field of meanings that exist at the Faculty of Sociology, Taras Shevchenko National University of Kiev. Authors analyze typical understandings and views of students regarding the faculty departments, by using qualitative dataset, composed of depth-interview transcripts, open non-structured questionnaires and materials of some projective tests. The paper proposes to go beyond the traditional logic of functionalist analysis of education and to do some theoretical generalizations and problematizations by actualization of phenomenological cognitive strategies.*

*Key words: phenomenology, sociology of education, intersubjective space, faculty of Sociology, image of faculty department, relevancy system, biographical situation, unit of experience, sedimentation, social action*

A. Фитисова, студ.  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев  
А. Дейнека, студ.  
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев

### ФАКУЛЬТЕТСКИЕ КАФЕДРЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СТУДЕНТОВ: ПОПЫТКА ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЗНАЧИМЫХ СМЫСЛОВЫХ СТРУКТУР В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

*В статье представлены результаты авторского феноменологического исследования, посвященного описанию и интерпретации смыслового пространства факультета социологии КНУ им. Т. Шевченко. На основе массива нечисловых данных, полученных в результате открытого анкетирования, глубинных интервью и посредством применения проективных методик, авторы анализируют типичные представления студентов о факультетских кафедрах, совершая ряд теоретических обобщений и проблематизаций. Фокус статьи предполагает выход за пределы традиционного для исследований образования функционалистского подхода и актуализацию феноменологических познавательных стратегий.*

*Ключевые слова: феноменология, интерсубъективное пространство, факультет социологии, образ кафедры, система релевантностей, смысловой порядок, биографическая ситуация, единица опыта, седиментация, социальное действие.*

УДК 316.356.2

О. Стрельник, канд. соціол. наук, доц.  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Полтава**МАТЕРИНСТВО ЯК ПРАКТИКИ ТУРБОТИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ**

*Метою статті є огляд концептуальних розробок, що дозволяють уникнути психологізації турботи та вийти за межі стосунків матері та дитини в її інтерпретації. Однією з таких концептуальних схем може стати теорія структуризації Е. Гіденса, адже поняття практики уможливило перехід від універсалізації та есенціалізації материнства до аналізу різноманітних практик турботи, що розгортаються у часі та просторі. Зазначається, що характеристикою сучасних материнських практик стає постійне балансування між приватним та суспільним, між сім'єю та роботою, між батьківською та професійною відповідальністю.*

*Ключові слова: материнство, практика, турбота, теорія структуризації, ресурси практик, час, темпоральність.*

Серед усіх типів соціальних зв'язків відносини матері та дитини сприймають як на рівні повсякденних, так і академічних дискурсів у якості найбільш природних, заснованих на почутті любові, турботі та жертвності. Материнство як предмет наукових досліджень та суспільних дискусій якщо і актуалізується, то здебільшого в площині його функціонально-рольового призначення. Мова йде про об'єктивацію материнства як, перш за все, особливої соціальної ролі, спрямованої на задоволення як потреб дитини, так і суспільних потреб у реалізації сім'єю репродуктивної та соціалізаційної функцій. Тем не менш, материнство є складним соціальним явищем, представленим особливими смислами, цінностями, нормами та практиками.

На теренах пострадянських суспільств материнство є предметом теоретизування у працях філософсько-культурологічного, психолого-педагогічного та демографічного спрямування. Соціологічні теорії та емпіричні дослідження здатні суттєво поглибити дослідний потенціал вивчення материнства як, перш за все, особливого виду соціальних практик, що розгортаються не тільки в стосунках матері та дитини, а також у системі суспільних відносин. Комплексний аналіз трансформації інституту батьківства представлений у працях Т. Гурко. Окремим моделям батьківства присвячено праці О. Глезденьової, Н. Панкратової, інституційним аспектам материнства – праці Л. Сологуб. Соціальна взаємодія суб'єктів репродуктивної медицини, соціальні фактори репродуктивної поведінки та проблеми медикалізації материнства проаналізовано у працях К. Бороздіної, Є. Здравомислової, Ю. Немировської, О. Мизгіна, А. Тьомкіної. Велика увага приділяється девіантним аспектам материнства (Т. Гуціна, Н. Кодацька), відмова від дитини (В. Брутман, А. Варга, Т. Нікітіна, О. Ісупова, М. Радіонова) та материнству неповнолітніх (О. Ісупова, С. Скунцева). Активно вивчаються проблеми безпліддя та використання допоміжних репродуктивних технологій (О. Ісупова, Н. Нартова, Н. Русанова), соціального віку материнства та окремі аспекти вагітності та дітонародження (О. Бреднікова, Т. Греченкова), одиноке материнство (С. Данілова, Т. Каменєва, А. Любімова, Н. Ловцова, Є. Ярская-Смірнова). Окремим аспектам репродуктивної поведінки та практик присвячено праці Д. Дікової-Фаворської, З. Карімової, Є. Здравомислова фокусується на турботі та її коммодифікації. Аналіз материнства в контексті сімейної політики в пострадянських країнах здійснено у працях О. Бендіної, С. Вакуленко, Ю. Градскової, Н. Грек, П. Романова, Ж. Чернової, Л. Шакірової, Л. Шпаковської, Т. Щурко, Є. Ярської-Смірнкової.

Поряд з цим, відсутні роботи, що давали би комплексне уявлення про материнство як особливий вид соціальних практик турботи. Метою нашої статті є огляд концептуальних розробок, що дозволяють уникнути психологізації турботи та вийти за межі стосунків матері та дитини в її інтерпретації. Однією з таких концептуальних схем може стати теорія структуризації Е. Гіденса та

її пізнавальні можливості у вивченні просторових та темпоральних особливостей материнських практик.

Зазвичай турбота асоційована з сім'єю та позначає особливий тип відносин, що складається між суб'єктом та об'єктом турботи, як правило, між матір'ю та дитиною. При цьому як в повсякденних, так академічних (зазвичай есенціалістичних) дискурсах, материнська турбота розглядається як природна, інстинктивна, функціонально значуща для сімейних відносин (Т. Парсонс) та розвитку дитини (Е. Фром, Дж. Боулбі). Такі інтерпретації вочевидь "приватизують" поняття турботи та нівелюють політичні, економічні, культурні, та, загалом, макросоціальні її виміри.

Сучасні материнські практики виходять далеко за межі стосунків з дитиною та іншими членами сім'ї, характеристикою цих практик стає постійне балансування між приватним та суспільним, між сім'єю та професійною зайнятістю. Зокрема, процеси індустріалізації та поява розподілу приватного та публічного просторів внаслідок них, торкнулись суттєвим чином просторово-часових вимірів сімейної взаємодії [Beck, Beck-Gernsheim, 2002: pp. 88-91]. Зокрема, сімейна повсякденність стає підкореною не спільним ритмам життя, а ритмам різних соціальних інституцій: розкладу роботи дитячих садочків, шкіл, гуртків та спортивних секцій, робочому часу батьків, годинам роботи магазинів та розкладу роботи громадського транспорту. Це вимагає додаткових (здебільшого материнських) зусиль для координації сімейної взаємодії, адже для членів сім'ї стає надзвичайно важко бути поєднаними цими різними ритмами [Beck, Beck-Gernsheim, 2002: p. 91; Гудков, 2010: с. 139].

Загалом, в результаті розвитку ринкової економіки, інтенсифікації праці та процесів індивідуалізації загострюється напруження між роботою та сім'єю, що є особливо значущим саме для материнських практик, що постійно балансують між ролями "хорошої матері", відданої інтересам дитини "тут і зараз", та "гарної працівниці", відданої роботі. Зауважимо, що соціокультурні очікування щодо виховання та розвитку дитини вочевидь змінилися у бік більшої батьківської відповідальності протягом декількох останніх десятиліть. Але зростання часу, відведеного батьками на спілкування з дітьми, та підвищення суспільного запиту на відповідальне батьківство спостерігається попри загалом недружнє до сім'ї середовище та збільшення зайнятості на роботі.

Низка досліджень продемонстрували напруження між сім'єю та роботою, властиве капіталістичним суспільствам [Hays, 1996; Gatrell, 2005]. Тривалі години роботи здійснюють колосальний вплив на сім'ю та суспільне життя та призводять "не тільки до відсутності батьків вдома, але й до самоусунення від участі у громадянському суспільстві та до вільної від громадян демократії" [Hochschild, 1997: p. 243]. Так, порівняльний аналіз трудових практик найманих працівників країн-учасниць Європейського соціального дослідження п'ятої хвилі (ESS 2012) продемонстрував, що у сучасних умовах українські

громадяни багато та завзято працюють – більше, ніж жителі інших європейських країн. При цьому показники задоволеності співвідношенням часу, що витрачається на роботу та інші сторони життя, в Україні – найнижчі серед усіх країн-учасниць ESS 2012 [Петрушина, 2012]. Ці трудові практики загалом актуалізують проблему поєднання материнства та оплачуваної роботи.

Соціологічному осмисленню напружень та суперечностей між підвищенням суспільного запиту на відповідальне батьківство, з одного боку, та вимогами ринку праці, з іншого, сприяють нові напрямки концептуалізації турботи. Загалом, у сучасних концепціях турбота розуміється як особливий вид праці, що виконується у межах певних соціальних та економічних відносин та аналізується у термінах інституційних умов та принципів, за яких здійснюється діяльність по догляду за залежними членами сім'ї (дітьми, літніми людьми, хворими) [Чернова, 2011: с. 297; Daly, 2002; Daly, Rake, 2003]. Одна з таких розробок представлена концепцією турботи як емоційної роботи (emotionalwork) Арлі Р. Хохшильд (A.R. Hochschild). На думку авторки, суб'єкт турботи відчуває відповідальність за благополуччя інших та виконує інтелектуальну, психічну та фізичну роботу з реалізації цієї відповідальності [Hochschild, 2003: р. 214]. Праці А. Хохшильд та її концепція "емоційної роботи" здійснили вагомий вплив на формування та розвиток низки галузей соціологічного знання, зокрема, соціології емоцій та соціології професій [див. напр. Симонова, 2012]. Свою концепцію авторка розвиває на ідеї культурної суперечності між логікою капіталізму та турботою, пропонуючи поняття "дефіцит турботи" та наголошуючи на дилемі, з якою стикаються сучасні жінки. Мова йде про суперечності між завданнями з реалізації турботи про членів сім'ї у приватному житті, з одного боку, та прагненнями до більшої економічної незалежності, з іншого. Свій внесок до "дефіциту турботи" роблять також механізми соціальної політики через зниження фінансування для груп людей, які потребують догляду.

Отже, турбота вочевидь є складним соціальним явищем, включеним до соціокультурних, політичних та економічних контекстів. Визначення турботи як практики призводить до усвідомлення, що турбота може бути організована у численні способи. Психологічна модель турботи як особливого виду стосунків у діаді матері та дитини є оманливою та ігнорує дійсне розмаїття реальних материнських практик. Турбота може здійснюватись в домогосподарствах чи суспільних інститутах, індивідуально чи колективно, як оплачувана чи неоплачувана праця. Так, більша частина практик турботи реалізується у сім'ях за рахунок неоплачуваної жіночої праці, але турбота може також здійснюватись найманими працівницями – нянями та виховательками [Здравомыслова, 2009; Галиндабаева, 2010]. Вона також може реалізовуватись у спільнотах як неоплачувана волонтерська праця в благодійних організаціях та церковних установах. Отже, турбота може бути розподілена між декількома суб'єктами, так само як між приватним та суспільним [Glenn, 2000: р. 87].

Пізнавальні можливості концептуалізації турботи як практики надає теорія структуризації Е. Гіденса. Гіденс у якості базового застосовує поняття соціальних практик, що є первинними стосовно соціальних систем: соціальне життя повинне бути концептуалізоване як сплетення практик у часі та просторі. Соціальні практики розуміються як рутини, тобто як здійснювані звичним чином під час повсякденної соціальної діяльності. Рутинизований характер повсякденності виявляється у повторюваному характері дій, що відтворюються однаковим чином день за днем. На думку Гіденса, улаштування суспільних інститу-

тів можна осмислити, зрозумів, яким чином різні соціальні діяльності "розтягуються" у широкому просторово-часовому діапазоні [Гідденс, 2005: с. 15-16].

Соціальну структуру Гіденс розуміє як регулярно відтворювані "набори" правил та ресурсів. Правила розуміються ним як такі, що стосуються виробництва значень та санкціонування способів соціальної поведінки [Гідденс, 2005: с. 61]. Ресурси це засоби, за допомогою яких здійснюється влада як рутинна складова поведінки у процесі соціального відтворення. Влада передбачає регулярні відносини автономії та залежності між індивідуальними акторами або колективами у контексті соціальної взаємодії [Гідденс, 2005: с. 57-58]. Гіденс виокремлює алокативні (матеріальні) та авторитативні (повноваження) ресурси практик. Ключовим авторитативним ресурсом реалізації практик турботи, на нашу думку, є час. Низка досліджень дозволяють говорити про час як дефіцитний ресурс [Гідденс, 2005: с. 176], включений до владних відносин [Брайсон, 2011; DallyK., 2000: pp. 6, 17-19].

Саме час є найбільш дефіцитним ресурсом материнських практик, особливо тих матерів, які поєднують турботу з оплачуваною роботою. Хохшильд стверджує, що саме працюючі матері є першими жертвами пришвидшених темпів життя, які спонукають їх стати "експертами з часу та руху" [Hochschild, 1989: р. 9]. Залучення до турботи передбачає певний набір темпоральних досвідів: фрагментацію часу, його рутинізацію, необхідність маніпулювати часом, відповідальність за організацію та координацію діяльності членів сім'ї. Через традиційний ґендерний розподіл праці та поєднання зайнятості та репродуктивної праці ці темпоральні досвіди є більш типовими для жінок та матерів. "Тиск часу", "нестача часу", "все встигати", "крутитися як білка в колесі", "jugglinglifestyle" (juggling – "жонглювання"), загалом темпоральна бідність [Смирнова, 2010] є стрижнем сучасних материнських практик.

На стику теорії структуризації Гіденса, соціальної географії та моделі "timescape" [Adam, 2008] розвивається теоретична модель *caringscape*, запропонована Л.Мак-Кі (L. McKie), С. Грегорі (S. Gregory) та С. Баулбі (S. Bowlby) [McKie, Gregory, Bowlby, 2002], яка дозволяє подолати дихотомію приватного та суспільного/публічного у розумінні турботи. Це поняття можна переключити як "пейзаж, панорама турботи", воно позначає багаторівневий характер діяльності по піклуванню у темпоральному та просторовому вимірах. Метафора "панорами турботи" є доцільною, оскільки вона підкреслює індивідуальну дію та відповідальність у межах структурованого ландшафту можливостей, що містять соціальні норми та дискурси. Інша дослідниця Х. Ярвіс (H. Jarvis) впроваджує концепт "інфраструктура повсякденного життя", який містить "матеріальний контекст" (розподіл фондів шкіл, дитячих садочків, магазинів та транспортна система між ними); інституційні режими (усі способи регуляції повсякденності від рівня домогосподарства до держави) та "моральний клімат" (норми "гарного батьківства" та локальні робочі культури). Ці категорії формують матрицю, у межах якої відбуваються просторово-часові рішення та дії [Jarvis, 2005: р. 135].

Можливості емпіричної реалізації просторово-часової концепції практик здійснила російська соціологиня А. Смирнова в межах аналізу практик домогосподарок: метою дослідження було виявлення патернів функціонування часу та простору як координат турботи [Смирнова, 2010]. Роль домашньої господарки часто позначається словосполученням "сидіти дома". Цей вислів вказує не тільки пасивність та незайнятність, воно позначає також відсутність рухливості та обмеженість

здіяннях у практиках локальностей. Це особливо є характерним для матерів з маленькими дітьми: часто дім сприймається ними як простір, з якого вириваються, виїжджають, йдуть, вибігають (авторка застосовує для інтерпретації цього явища поняття топофілії) [Смирнова, 2010: с. 104]. У зібраних дослідницею свідченнях домогосподарок відсутні позитивно окреслені наративи про повернення додому. Простір поза домом сприймається як світ, наповнений подіями, спілкуванням та приємними клопотами, а перебування поза домом як свобода, асоційована зі зміною локальностей, мобільністю та взаємодією. Щодо темпоральних аспектів турботи, то для домогосподарок та, особливо, матерів маленьких дітей практики турботи можна описати в категоріях "темпоральної бідності". Окрім неможливості виділити час для себе, на темпоральні практики турботи впливає й кількість об'єктів турботи. Графік та режим дня домогосподарки виявляється підкореним ритму життя членів сім'ї, і чим їх більше, тим з більшими обмеженнями жінка використовує свій час, і тим більш фрагментованим він стає [Смирнова, 2010: с. 115].

Варто зауважити, що подібні досвіди не є унікальними для домогосподарок. Низка досліджень практик турботи працюючих матерів засвідчили, що простір дому та "сімейний час" не описується ними у категоріях відпочинку, розслаблення та емоційного піднесення [Hochschild, 2003: р. 205-206]. Зокрема, дослідження емоційного стану членів сім'ї у різні моменти часу та точки простору, проведене R. Larson and M. Richards в США, засвідчило "дивергентні реальності" сімейного часу. У той час, як батьки (fathers) знаходилися під впливом стресу та фрустрації на роботі та почувалися більш щасливими та розслабленими вдома, почуття жінок були протилежними: вони відчували стрес під час перебування з їхніми родинами та почувалися більш щасливими поза домом [Larson, Richards, 1994].

**Висновки.** Зазвичай поняття турботи асоційовано з сім'єю та позначає особливий емоційний тип відносин, що складається між суб'єктом та об'єктом турботи, як правило, між матір'ю та дитиною. Тем не менше, сучасні концепції турботи значно розширюють її інтерпретації, поміщуючи її в широкий контекст суспільних відносин. Теорія структуризації іденсанда дозволяє уникнути психологізації турботи, оскільки поняття практики уможлиблює перехід від універсалізації та есенціалізації материнства до аналізу різноманітних практик турботи, що розгортаються у часі та просторі.

#### Список використаних джерел

- Брайсон В. Гендер и политика времени. Феминистская теория и современные дискуссии / Валери Брайсон. – К.: Центр учебной литературы, 2011. – 248 с. [Bryson V. Gender and the politics of time. Feminist theory and contemporary debates / Valerie Bryson. – К.: Tsentr uchebnoy literature, 2011. – 248 sj.]
- Галиндабаева В. Любовь к детям как профессия. Организация оплачиваемых услуг по уходу за детьми в Бурятии / Галиндабаева Вера // Практики и идентичности: гендерное устройство : Сборник статей / под ред. Е. Здравомысловой, В. Пасынковой, А. Темкиной, О. Ткач. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2010. – с. 128-158. [Galindabayeva V. Lyubov k detyam kak professiya. Organizatsiya oplachivayemykh uslug po ukhodu za detmiv Buryatii / Galindabayeva Vera // Praktiki i identichnosti: gendernoye ustroystvo : Sbornik statey / podred. Ye. Zdravomyslovoy, V. Pasynkovoy, A. Temkinoy, O. Tkach. – SPb.: Izdatelstvo Yevropeyskogo universiteta v Sankt-Peterburge, 2010. – S. 128-158.]
- Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации / Энтони Гидденс. – М.: Академический Проект, 2005. – 528 с. [Giddens A. The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration / Anthony Giddens. – М.: Akademicheskiiy Proyekt, 2005. – 528 sj.]
- Гудков Л.Д. Понятие времени в социологии и временные характеристики социальных структур в социологических исследованиях / Л.Д. Гудков // Политическая концептология. – 2010. – №4. – С. 131-157. [Gudkov L.D. Ponyatiye vremeni v sotsiologii i vremennyye kharakteristik isotsialnykh struktur v sotsiologicheskikh issledovaniyakh / L.D. Gudkov // Politicheskaya kontseptologiya. – 2010. – №4. – S. 131-157.]

- Здравомыслова Е.А. Няни: коммерциализация заботы / Здравомыслова Е.А. // Новый быт в современной России: гендерные исследования повседневности / под ред. Елены Здравомысловой, Анны Роткирх, Анны Темкиной. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2009. – с. 94-136. [Zdravomyslova Ye. A. Nyani: kommersializatsiya zaboty // Novyybyit v sovremennoy Rossii: gendernyye issledovaniya povsednevnosti / podred. Yeleny Zdravomyslovoy, Anny Rotkirkh, Anny Temkinoy. – SPb.: Izdatelstvo Yevropeyskogo universiteta v Sankt-Peterburge, 2009. – s. 94-136.]
- Петрушина Т.О. Ценностные приоритеты и реальные характеристики трудовой жизни населения Украины / Петрушина Т.О. // Проблемы развития социологической теории: материалы IX Всеукр. науч.-практ. конф. "Проблемы развития социологической теории: концептуализация ценностных изменений в современном обществе", 2 лист. 2012 р. / Київський національний університет імені Тараса Шевченка / за заг. ред. Судакова В.І., Куценко О.Д. – К.: Логос, 2013. – С. 185-197. [Petrushina T.O. Tsenostnyye priorityety i realnyye kharakteristiki trudovoy zhizni naseleniya Ukrainy / Petrushina T.O. // Problemy rozvytku sotsiologichnoy iteoriyi: materialy IX vseukr. nauk.-prakt. konf., 2 lyst. 2012 r. / Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka / za zah. red. Sudakova V.I., Kutsenko O.D. – K.: Logos, 2013. – S. 185-197.]
- Симонова О.А. Концепция эмоционального труда Арли Р. Хохшильд / Ольга Симонова // Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / Науч. ред.: П. В. Романов, Е. Р. Ярославская-Смирнова. – М.: Вариант, 2012. – С. 75-96. [Simonova O.A. Kontseptsiya emotsionalnogo truda Arlie R. Hochschild / Olga Simonova // Antropologiya professiy: granitsy zanyatosti v epokhu nestabilnosti / Nauch. red.: P. V. Romanov, Ye. R. Yarskaya-Smirnova. – M.: Variant, 2012. – S. 75-96.]
- Симонова О.А. Эмоциональный труд в современном обществе: научные дискуссии и дальнейшая концептуализация идей А.Р. Хохшильд / Ольга Александровна Симонова // Журнал исследований социальной политики. – 2013. Том 11. – № 3. – С. 339-354. [Simonova O.A. Emotsionalnyy trud v sovremennom obshchestve: nauchnyye diskussii i dalneyshaya kontseptualizatsiya idey A.R. Hochschild / O.Simonova // Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki – 2013. Tom 11. – № 3. – S. 339-354.]
- Смирнова А. Время и пространство заботы: практики российских домохозяек / Смирнова Анастасия // Практики и идентичности: гендерное устройство : Сборник статей / под ред. Е. Здравомысловой, В. Пасынковой, А. Темкиной, О. Ткач. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2010. – С. 99-127. [Smirnova A. Vremya i prostranstvo zaboty // Praktiki i identichnosti: gendernoye ustroystvo : Sbornik statey / podred. Ye. Zdravomyslovoy, V. Pasynkovoy, A. Temkinoy, O. Tkach. – SPb.: Izdatelstvo Yevropeyskogo universiteta v Sankt-Peterburge, 2010. – S. 99-127.]
- Чернова Ж. В. Кто о ком и на каких условиях должен заботиться? Гендерный анализ режимов заботы и семейной политики / Ж.В. Чернова // Журнал исследований социальной политики. – 2011. Т. 9. – № 3. – С. 295-318. [Chernova Zh. V. Kto o kom i na kak ikh usloviyakh dolzhen zabotitsya? Gendernyy analiz rezhimov zaboty i semeynoy upolitiki / Zh.V. Chernova // Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki. – 2011. T. 9. – № 3. – S. 295-318.]
- Adam B. E. The Timescapes Challenge: Engagement with the Invisible Temporal // Adam, B. E., Hockey, J., Thompson, P. and Edwards, R. (eds). Researching Lives Through Time: Time, Generation and Life Stories, Timescapes Working Paper Series, vol. 1. Leeds: University of Leeds, 2008. – P. 7-12.
- Beck U., Beck-Gernsheim E. Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences / Beck, Ulrich and Beck-Gernsheim, Elizabeth. – London: Sage, 2002. – 221 p.
- Daly K. It keeps Getting Faster: Changing pattern of Time in Families / Kerry Daly. – Toronto, University of Guelph, 2000. – 35 p.
- Daly M. Care as a Good for Social Policy / Mary Daly // Journal of Social Policy. – 2002. – Vol. 31. № 2. – P. 251-270.
- Daly M., Lewis J. The concept of social care and the analysis of contemporary welfare states / Mary Daly, Lane Lewis // British Journal of Sociology. – 2000. – Vol. 51. № 2. – P. 281-298.
- Gatrell C. Hard Labour: The Sociology of Parenthood / Caroline Gatrell. – Open University Press, Maidenhead, 2005. – 236 p.
- Glenn E.N. Creating a Caring Society/ Evelyn Nakano Glenn // Contemporary Sociology. – 2002. – Vol. 29. No. 1, Utopian Visions: Engaged Sociologies for the 21st Century. – P. 84-94.
- Glenn E.N. Forced to care. Coercion and Caregiving in America / Evelyn Nakano Glenn. – Massachusetts, Harvard University Press, 2010. – 262 p.
- Hays Sh. The Cultural Contradictions of Motherhood / Sharon Hays. – Yale University Press, 1996. – 272 p.
- Hochschild A. R. The Second Shift: Working Parents and the Revolution at Home / Arlie Russell Hochschild with Anne Machung, New York: Viking Penguin, 1989. – 287p.
- Hochschild, A. The Time Bind: When Work Becomes Home and Home Becomes Work / Arlie Russel Hochschild. – New York, NY: Metropolitan Books, 1997. – 344 p.
- Hochschild A.R. The Commercialization of Intimate Life. Notes from Home and Work / Arlie Russel Hochschild. – University of California Press, 2003. – 313 p.
- Jarvis, H. Moving to London Time: House hold Coordination and the Infrastructure of Everyday Life / Helen Jarvis // Time & Society. – 2005. – 14(1). – pp. 133-154.

24. Larson, R., Richards, M. Mothers: Interweaving work and Relationships // *Divergent Realities: The Emotional Lives of Mothers, Fathers, and Adolescents*. – New York: Basic Books, 1994. – pp. 47-77.

25. McKie L., Gregory S., Bowlby S. Shadow Times: The Temporal and Spatial Frameworks and Experiences of Caring and Working / McKie, Linda; Gregory, Susan; Bowlby, Sophia // *Sociology*. – 2002. – Vol. 38. – P. 593–611.

Rake K., Grigg P., Hannon C. Parenting under the microscope / Katherine Rake, Peter Grigg, Celia Hannon // *Where now for parenting? Perspectives on parenting, policy and practice*. Family and Parenting Institute, UK, 2011. – pp. 13-18.

Надійшла до редакції 18.04.14

O. Strelnyk, PhD, Assoc. Prof.

Poltava National Technical Yuriy Kondratyuk University, Poltava, Ukraine

### MOTHERING AS CARE PRACTICES: CONCEPTUAL ASPECTS OF ANALYSIS

*The aim of the paper is to review the conceptions that enable to avoid care psychologization and go beyond the relationship of mother and child in its interpretation. One of such conceptual schemes is A. Giddens's structuration theory since practice concept makes it possible to pass from the universalization and essentialisation of motherhood to the analysis of various care practices and their time and space dimensions. It is noted that modern mothers' practice is a constant balancing act between private and public, between family and work, between parental and professional responsibilities.*

*Key words: motherhood/mothering, practice, care, structuration theory, resources of practices, time, temporality.*

Е. Стрельник, канд. социол. наук, доц.

Полтавский национальный технический университет имени Юрия Кондратюка, Полтава, Украина

### МАТЕРИНСТВО КАК ПРАКТИКИ ЗАБОТЫ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА

*Целью статьи является обзор концептуальных разработок, которые позволяют избежать психологизации заботы и выйти за пределы отношений матери и ребенка в ее интерпретации. Одной из таких концептуальных схем может стать теория структуризации Э. Гидденса, поскольку понятие практик делает возможным переход от универсализации и эссенциализации материнства к анализу разнообразных практик заботы и их темпорально-пространственных измерений. Отмечается, что характеристикой современных материнских практик является постоянное балансирование между частным и общественным, между семьей и работой, между родительской и профессиональной ответственностью.*

*Ключевые слова: материнство, практика, забота, теория структуризации, ресурсы практик, время, темпоральность.*

## МЕТОДИ АНАЛІЗУ ДАНИХ

УДК 303.09+303.8

М. Сидоров, канд. фіз.-мат. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

Ю. Ходаківська, студ.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

### ЗАСТОСУВАННЯ ПАРАДАНИХ ДЛЯ АНАЛІЗУ НЕВІДПОВІДЕЙ (НА ПРИКЛАДІ ESS)

*Парадани мають потенційну цінність для вимірювання та поліпшення якості даних, а також для скорочення витрат у процесі збору даних, саме тому вони представляють інтерес не тільки для дослідницьких організацій, а також для замовників досліджень, аналітиків і експертів з методології кількісних досліджень. У роботі розглядаються можливості використання параданих для зменшення рівня невідповідей у емпіричних соціологічних дослідженнях на прикладі дослідження ESS, аналізуються та класифікуються причини відмови від проходження опитування та шляхи їх уникання.*

*Ключові слова: рівень невідповідей, парадани, надійність соціологічної інформації*

Наявність невідповідей у опитуваннях є одним із найважливіших чинників зниження надійності емпіричної соціологічної інформації. Дані з наймасштабніших досліджень зважуються для їх врахування і найчастіше, значення таких вагів отримують на основі інформації з допоміжних джерел збору даних (інформація про вибірку сукупність, дані перепису та ін.) і, як правило, для зважування, враховуються тільки відмінності в соціально-демографічних характеристиках між генеральною сукупністю та вибіркою. Однак, якщо ці соціально-демографічні характеристики не стосуються змінних, які є цікавими для дослідження, і не пояснюють схильності до невідповіді, то застосування таких вагів не дасть бажаного результату.

Пошук чинників, які можуть вплинути на невідповіді є досить **актуальною** задачею дослідників, які все більше звертають увагу на використання параданих для зменшення похибки невідповіді.

**Метою** даної роботи є аналіз використання параданих для зменшення впливу невідповідей у емпіричних соціологічних дослідженнях на приклад ідослідження ESS.

Як правило, розрізняють три різних причини неотримання відповіді:

1. особи, що не були досягнуті і таким чином їх взагалі не просили офіційно співпрацювати з дослідженням;
2. особи, які були досягнуті, але не здатні до співпраці, через психічні або фізичні обмеження;
3. особи, які були досягнуті, але відмовилися співпрацювати.

Очевидно, що причини неотримання відповіді можуть відрізнятися в різних групах респондентів та різних типах опитувань. Особи, з якими важко зв'язатися, як можуть співпрацювати з більшою ймовірністю є людьми похилого віку та інвалідами (і найчастіше не виходять з дому), особи, які не хочуть співпрацювати, але можуть не довіряти компанії, що проводить дослідження або інтерв'юєрові, не бути зацікавленими у предметі дослідження, турбуватися про конфіденційність, або обережні до допуску сторонніх у їх будинок. Існує ще ряд важкодоступних категорій респондентів, таких, наприклад, як ув'язнені, люди великого достатку, що живуть у маєтках та мають охорону і т.д. Зрештою, протягом останнього десятиліття було проведено таку кількість опитувань, що часто потенційний респондент вже брав участь у кількох дослідженнях, що також може знизити бажання у співпраці.

Тож, існує ряд ключових факторів, що впливають на невідповідь, такі, як індивідуальні характеристики та характеристики домогосподарства (якщо мова йде про опитування у оселях), ефект інтерв'юєра, соціальне середовище та особливості дизайну проведення самого дослідження.

Теорії участі в дослідженнях на основі психологічних концептів, таких як теорія соціального обміну [Groves, 2002: 67], громадянської активності [Brehm, 1993: 101] і

соціальної ізоляції та інтеграції, звертають особливу увагу на особистості і побутові характеристики як ті, що впливають на кооперацію. Останнім часом набуває значимості теорія важеля [Groves, 2000], що зосереджує увагу на взаємному впливі між характеристиками респондента та особливостями дизайну дослідження. Ці теорії пояснюють участь респондента у опитуваннях, тобто вплив соціального контексту на окремі дії, взаємодія декількох ефектів на участь у дослідженні, а також механізми, за допомогою якого характеристики об'єкта вплинуть на реалізацію дослідження.

У дослідженнях face-to-face, як правило, визнається, що інтерв'юєр грає суттєву роль у налагодженні контактів із об'єктом і у досягненні їх співпраці і, якщо їх ігнорувати, ефект інтерв'юєра призведе до кластеризації рівня відповідей для вибірки об'єктів, що були опитані кожним інтерв'юєром. Зокрема, взаємодія між домогосподарством і інтерв'юєром була відзначена в якості ключового фактору досягнення респондента [Snijkers, 1999].

Відмова відображає складне соціальне явище, що пояснюється переважно індивідуальними особливостями, такими як соціально-економічний статусом, кваліфікацією, обізнаністю у даній темі, а не темою дослідження або характеристиками сім'ї і домогосподарства, чи впливом голови сім'ї. Це можна пояснити тим, що відмова є рішенням, яке, швидше за все, буде прийнято на особистому, а не сімейному рівні. В той час як недосягнення респондента пов'язано з сім'єю і характеристиками домогосподарства. Наприклад, є деякі ознаки того, що безробітних, швидше за все, можна легко знайти вдома, але вони рідше погоджуються на участь. Важливо розрізняти недосягнутих респондентів і тих, хто відмовився брати участь, щоб виявити їх потенційно різний вплив на зміщення через неотримання відповіді, з метою формування різних стратегій скорочення кількості невідповідей і поправок на неотримання.

Тому саме парадани можуть надати корисну інформацію про процес задання і процес відповіді на питання. Можливо, самого такого пункту плану не вистачає в нинішніх стратегіях обробки похибки вимірювань.

ESS є дослідженням, що за допомогою методу інтерв'ю face-to-face вивчає ставлення, думки і переконання людей у Європейських країнах. Максимальний рівень отриманих відповідей у 6 хвили 2012 року є 77,6% у Ізраїлі, у середньому становить 57%, але сильно відрізняється в різних країнах (Рис. 1) (відібрані ті країни, які були присутні у всіх трьох хвилях).

В даному дослідженні переслідуються оптимальна порівнюваність країн, це означає, що – в ідеалі – різниця в основних результатах обстеження в різних країнах пояснюється відмінностями між населенням та політичними, соціальними та культурними установами і системами, а не відмінностями в методології та польовим етапом.

Підготовка ESS почалася в кінці XX століття, і збір детальних параданих був запланований з самого початку. Однією з основних причин цього став факт, що на місцях збір даних для ESS здійснюється окремими

установами у близько 30 країнах і потрібно досягти максимальної стандартизації правил збору. Саме тому збір параданих в міжнародному дослідженні ESS є необхідною задачею.

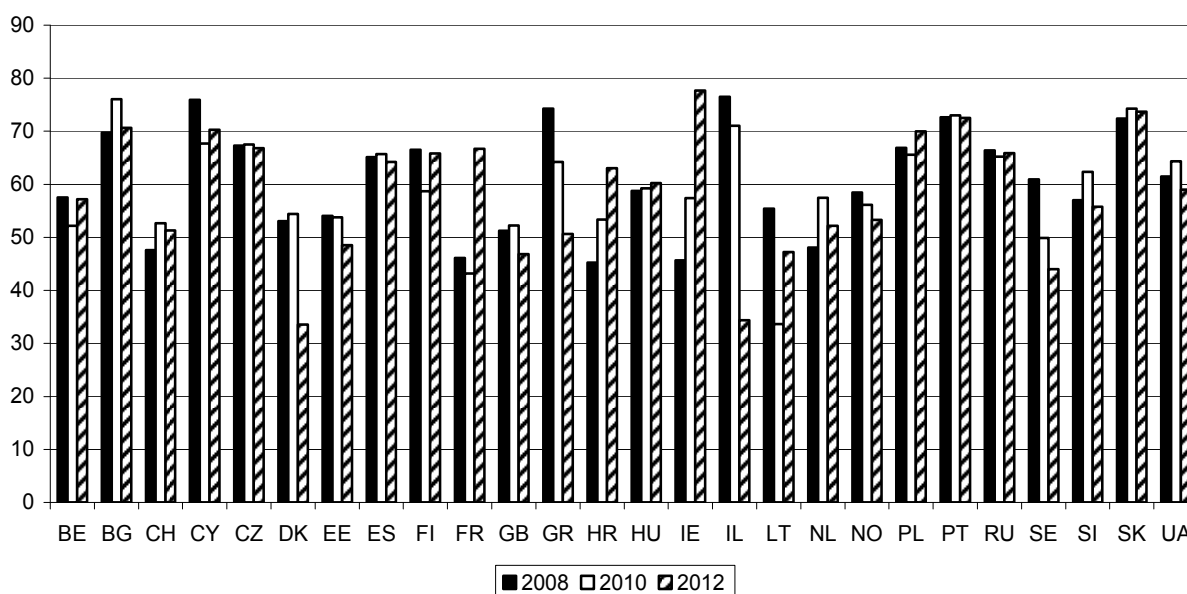


Рис. 1. Рівень відповідей у ESS у різних країнах у 4, 5 та 6 хвилях

польові роботи в ESS перебувають під пильним контролем організаторів, і парадани збираються з використанням докладних контактних форм [ESS6, 2012] для запису інформації про відбір респондентів у домогосподарствах, про терміни та результати кожного відвідування, а також для зауважень інтерв'юера щодо кожного контакту і характеристик сім'ї та оселі. Більшість питань контактної форми залишаються незмінними у кожній хвилі ESS, проте можуть додаватися деякі ознаки, якщо вони впливають на рівень невідповідей.

Контактна форма Європейського Соціального Дослідження [ESS6, 2012] дозволяє фіксувати:

- номер інтерв'юера, ім'я респондента і його номер телефону;
- шлях відбору респондентів для вибірки по домогосподарствах,
- шлях відбору респондентів для вибірки по адресах;
- для кожного контакту: дату, точний час контакту; результат (інтерв'ю, повторне призначення, відмова); різні причини, через які респонденти не можуть брати участь в опитуванні (наприклад, мовний бар'єр);
- для не досягнутих: причини невірної адреси; причини складності доступу;
- для тих, хто відмовився: причини відмови та судження про можливу співпрацю в майбутньому; стать і вік респондента, що відмовився;
- для кожного об'єкта вибірки: характеристики місця проживання респондента (тип житла, фізичний стан будівлі та околиці, наявність сміття, акти вандалізму).

За допомогою контактних форм можна передбачити оптимальний шлях налагодження контакту та оптимальний час відвідування для кожного респондента, можна відрізнити не досягнутих респондентів від тих, хто відмовився відповідати, порівняти польові зусилля та витрати в різних країнах, на основі параданих також розробляються рекомендації для польових робіт в майбутніх раундах, і респонденти можуть бути класифіковані відповідно до польових зусиль для зменшення рівня невідповідей.

Особливістю контактних форм ESS є те, що інтерв'юери додатково записують інформацію про тип і фізи-

чний стан житла та наявність актів вандалізму і сміття в околиці [ESS6, 2012:5-6].

Відмови і не досягнуті контакти частіше зосереджуються в районах, що характеризуються поганим фізичним станом будівель та наявністю сміття та/ або актів вандалізму. Аналіз таких даних може відображати характеристики та особливості мешканців, проте не можна виключати можливість того, що відмінності в оцінці стану житла і околиць в певній мірі відображають суб'єктивну оцінку інтерв'юерами різних районів [Blom, 2009].

Великою перевагою цих спостережень є те, що вони можуть теоретично бути зібрані для кожного випадку в будь-якій країні (хоча на практиці правила конфіденційності в ряді країн забороняють це). Як вже зазначалося вище, недоліком фіксованих інтерв'юером параданих є те, що, ймовірно, існують відмінності в підходах різних інтерв'юерів з різних країн і різних дослідницьких організацій в інтерпретуванні досить абстрактних понять, таких як "сміття, що валяється". Насправді, це є достатньо складною задачею – розробити універсальні класифікації для житлових районів і типів житла, які можуть бути застосовані в українській сільській місцевості, альпійських горах, в лондонському Сіті, передмісті Неаполя і на Норвезькому острові. Отже, ці класифікації завжди слід розглядати в національному контексті. Тож, існує певний зв'язок між зауваженнями інтерв'юера щодо околиць і житлових приміщень і ймовірністю отримання відповіді.

У ряді країн окремі довідкові дані є первинно доступними для кожного об'єкта. Статистичне управління Нідерландів, наприклад, пропонує інформацію про всі об'єкти з реєстру населення, які можуть бути витягнуті з широкого спектру державних архівів і адміністративних файлів, що містять інформацію про країну народження, зайнятість, соціальну забезпеченість пільгами і т.д. Цей підхід можна застосувати для уникнення або зменшення зміщень через невідповіді там, де можливості збору даних про стан житлового приміщення є обмеженими, і, як правило, не можуть бути отримані іншим шляхом (наприклад, за межами Національного статистичного інституту у Голландії).

Для того, щоб отримати інформацію про кожного об'єкта вибірки, інтерв'юєри проінструктовані записувати статтю і приблизний вік цільового респондента (навіть для тих, хто відмовився) [ESS6, 2012:4] в контактну форму ("житло" може також розглядатися як індивідуальна характеристика). Проте тут виникають дві проблеми. По-перше, має відбутися контакт (зустріч) з цільовою людиною, щоб знати, чи є вона чоловіком чи жінкою і оцінити його або її вік. По-друге, не завжди чітко зрозуміло, чи є контактна особа, яка відмовляється від співпраці, цільовим об'єктом чи просто членом сім'ї або домогосподарства. На практиці, дані пункти опитувальника часто залишаються не заповненими. Більш того, навіть якщо вік і стать буде доступною для кожного об'єкту, досвід попередніх досліджень ставить під сумнів

корисність даних, зважених за статтю та віком тих, хто відмовився від участі в опитуванні.

Аналіз параданих ESS [Blom, 2009] показав, що ті респонденти, для яких з метою проведення інтерв'ю було здійснено декілька спроб налагодження контакту (в основному, тому що їх не було вдома) суттєво відрізняються від тих, з ким порівняно легко зв'язатися через певний вік, статус зайнятості і рівень освіти, але незвично відрізняються за значимими для дослідження ознакам, такі як етноцентризм, політичні інтереси і соціальна довіра. Остаточний рівень не досягнутих контактів може бути зведений до мінімуму, однак, головною постійною причиною неотримання відповідей в ESS є відмова (рис. 2), тому варто зосередити погляд на використанні параданих у процесі аналізу причин відмов.

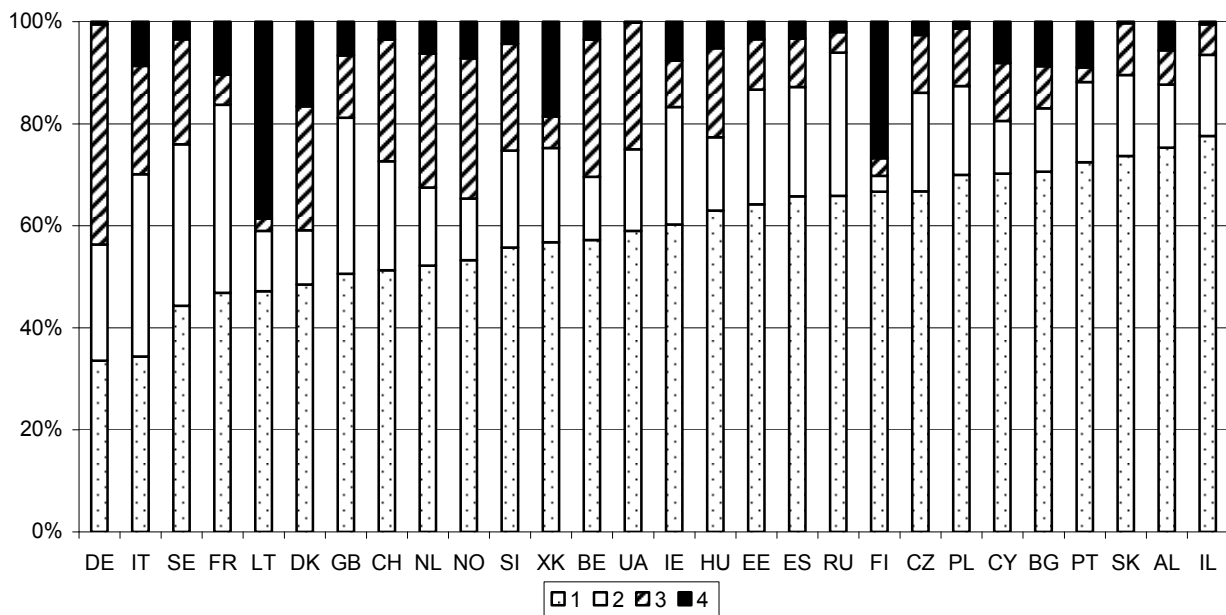


Рис.2. Фінальний розподіл результативності інтерв'ю у 6 хвили ESS:

1 – завершене інтерв'ю, 2 – часткове інтерв'ю; контакт з кимсь, хто не відомо чи є респондентом; контакт з кимсь, але не респондентом; без контакту взагалі, 3 – контакт з респондентом, але без інтерв'ю, 4 – не вірна адреса; інша інформація; без відповіді.

Інтерв'юєр у контактній формі зазначає кінцевий результат контакту з респондентом:

- призначення іншого часу для інтерв'ю;
- відмова респондента;
- відмова за дорученням;
- відмова домогосподарства (до відбору цільового респондента);
- респондент недоступний / немає вдома;
- респондент психічно або фізично не в змозі брати участь;
- респондент помер;
- респондент виїхав з країни;
- респондент переїхав в невідомому напрямку;
- респондент переїхав, проте в межах країни;
- мовний бар'єр.

Зусилля інтерв'юєрів і результати таких зусиль може проілюструвати розподіл результативності спроб у 4, 5 та 6 хвилях ESS (Рис.3.а-в). Кількість отриманих інтерв'ю з першого, другого і третього разу істотно різняться в різних країнах, але досить сильно видно "характерність" для різних країн у різні хвили. Цікаво, що у 6 хвили максимальна кількість спроб дістатись респондента досить сильно різнилась – у деяких країн ця максимальна кількість була більшою за 10: Бельгія – 17, Німеччина – 43, Іспанія – 27, Швеція – 69, Швейцарія – 25, Великобританія – 15, Франція – 1; у деяких – меншою: Албанія – 5,

Болгарія – 6, Кіпр – 9, Чехія – 5, Угорщина – 9, Литва – 6, Ірландія – 9, Ізраїль – 9 та Україна – 7. Відмінність для різних країн у кількості спроб зав'язати контакт для проведення інтерв'ю теж досить велика: Швейцарія – 20, Німеччина, Іспанія, Великобританія та Нідерланди – по 4 та Чехія – 1, Албанія, Кіпр, Данія, Франція, Ірландія, Литва, Словенія та Україна – по 2.

Проте використання параданих як засобу вивчення зсуву через відмову можливе лише в невеликій кількості країн. Блум [Blom, 2009] порівнює процес відмови від інтерв'ю в ESS у різних країнах, в яких була отримана досить велика кількість невідповідей при першому контакті. У своїх пояснювальних моделях відмова аналізується за наступними критеріями: чи була відмова висловлена цільовим об'єктом чи іншими членом сім'ї (проксі – відмова), оцінка інтерв'юєром можливостей подальшої співпраці після відмови, і чи є повторна спроба досягти респондента здійснена тим же або іншим інтерв'юєром; використовується додатковий показник: скільки разів респондент відмовився і чим аргументував відмову, поки, нарешті, не було проведено інтерв'ю.

Тим не менш, і повторний процес контакту відрізняється у різних країнах. Так, у Німеччині рішення повторно нанести візит початковим відмовником приймається на основі оцінки успіху такого заходу інтерв'юєром, в той час як в Нідерландах майже всім початковим відмовникам було повторно нанесено візит [Blom, 2009].



Варто зазначити, що, як голландські, так і німецькі інтерв'юери вважають, що респондент візьме участь в опитуванні після початкової відмови, коли причиною відмови є "немає часу" або "не зацікавлений", і що вони не будуть брати участь, коли вони заявляють, що вважають дослідження "марною тратою часу", або що вони ніколи не беруть участь в таких заходах. Цікаво, що в обох країнах нові інтерв'юери давали більшу ймовірність змінити початкову відмову на згоду, ніж вже досвідчені інтерв'юери.

За допомогою контактних форм в Європейському Соціальному Дослідженні [ESS, 2012] відразу можна відрізнити тих, хто одразу погодився на співпрацю, від тих, хто спочатку відмовився (так званий неохочий респондент або "перетворена" відмова), а в деяких країнах останніх також можна розділити на тих, чия відмову легко змінити на згоду на інтерв'ю і тих, чия відмову змінити майже неможливо.

Більш та ін. представили результати порівняння таких респондентів у першому раунді ESS [Billiet, 2009:11]. Прості в "перетворенні" відмов є ті, кого легко переконати, чи ті, хто домовилися про другий контакт з інтерв'юером. Складними для "перетворення" визначаються ті, хто відмовився від участі після декількох спроб, проте були використані спеціальні стимули, щоб переконати їх. Одним з основних висновків цього дослідження було те, що "перетворені" відмови відрізнялися за показниками по оціночним шкалам та ключовим для ESS змінним від тих, хто одразу погоджувався на співпрацю. Такі ж відмінності спостерігалися для категорій легко "перетворюваних" та важко "перетворюваних" респондентів, проте структура таких відмінностей варіювалася в різних країнах.

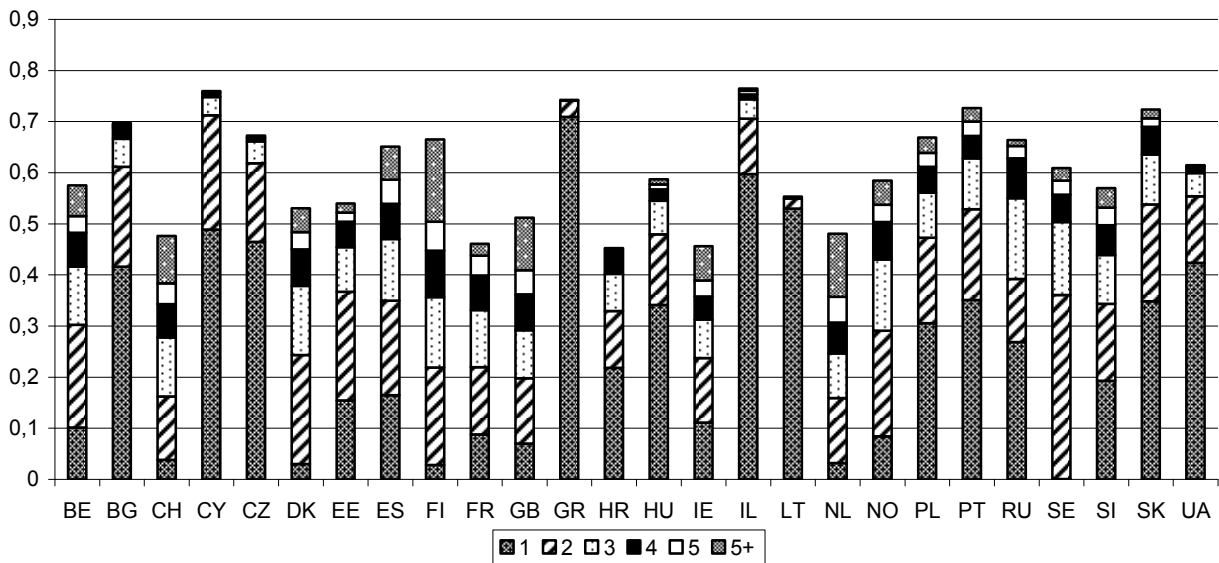


Рис. 3.а. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 4 хвиля 2008 року

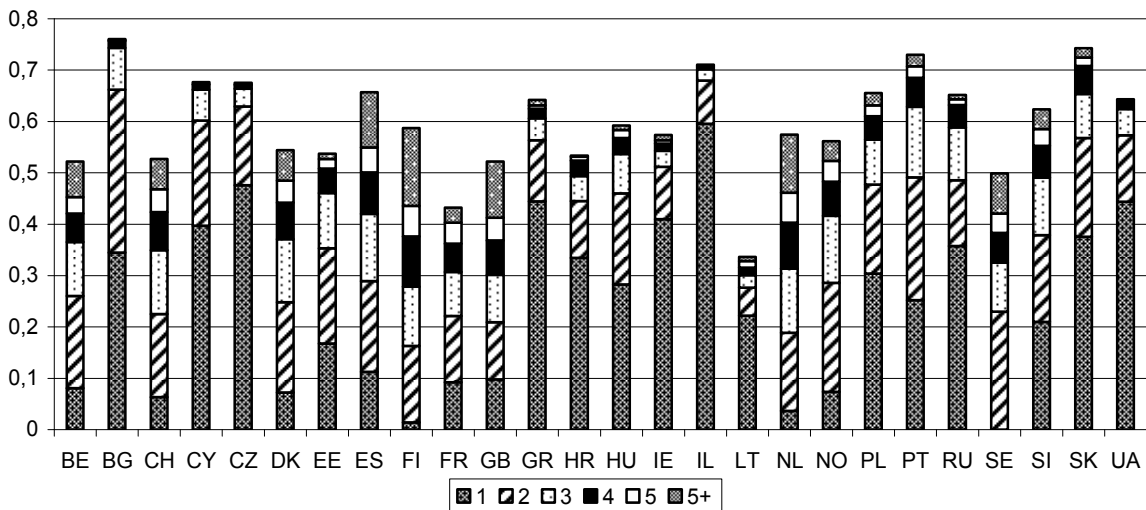


Рис. 3.б. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 5 хвиля 2010 року

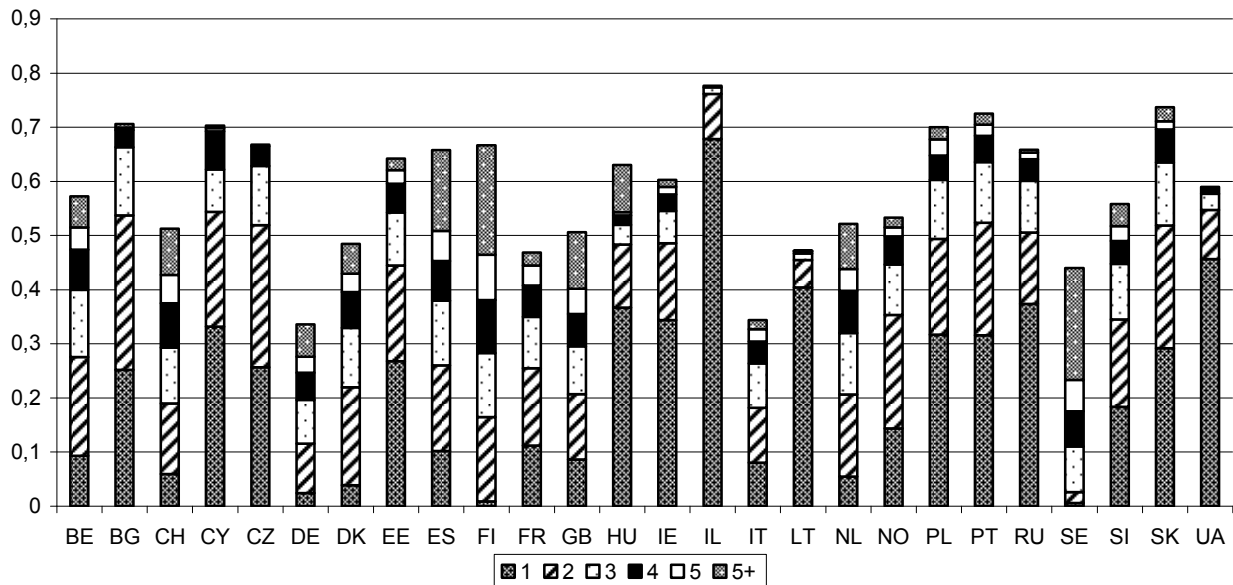


Рис. 3.в. Рівень досягнутих респондентів при декількох (1, 2, 3, 4, 5 та більше за 5) спробах контакту. 6 хвиля 2012 року

Більш ранні дослідження [Stoop, 2005] виявили, що "перетворені" відмови були схожі за показниками на кооперативних респондентів. Крім того, у деяких випадках процес перетворення відмов насправді робить склад остаточної вибірки значно гіршим: скоріше за все, на інтерв'ю погодяться ті підгрупи, які були надмірно репрезентовані у вибірці до перетворення, ніж підгрупи, які недостатньо представлені [Stoop, 2005], причому схожий результат був зафіксований і для ESS [Billiet, 2009], [Stoop, 2010 (2)]. Це означає, що перетворення "відмов" на "завершених опитувань" не є найкращою стратегією для збільшення рівня отриманих відповідей та зведення до мінімуму помилки дослідження.

За допомогою параданих можна отримати інформацію не тільки про кількість відмов та результативних інтерв'ю, а і про основні їх причини. Це легко бачити у файлі параданих, наприклад, шостої хвилі [ESS, 2012]. Так у якості головної (першої) причини відмови у більшості країн є "Тема не цікава" (41,2% серед тих, хто відмовився проходити опитування; максимальний відсоток у Польщі – 67%, Португалії – 66% та Норвегії – 65% серед тих, хто відмовився у цих країнах ) та "Не зручний час" (18,4% серед тих, хто відмовився проходити опитування; максимальний відсоток у Фінляндії – 65% та Італії – 40% серед тих, хто відмовився у цих країнах) крім Данії та Німеччини – у цих країн головною причиною відмови є "Ніколи не беру участі в дослідженнях" (33% та 21,2 % відсотка серед всіх, хто відмовився проходити опитування у цих країнах відповідно).

Другою причиною відмови при першому контакті головним чином називали "Немає часу" – 33% серед всіх, хто відмовився з першого разу, "Тема не цікава" – 29% та "Не зручний час" – 17%. Особливо виділяються серед інших 2 країни: Чехія, яка назвала другою причиною "Немає часу" – 67% від усіх респондентів Чехії, що вказали другу причину при відмові у першому контакті та Угорщина – "Тема не цікава" – 65% відповідно.

Слід зазначити, що Україну не можна виділити стосовно причин відмов – першою причиною є "Тема не цікава" – 17%, другою – "Немає часу" – 24%.

Автори ряду досліджень спробували виділити різницю між різними видами відмов через парадани, використовуючи для цього коментарі респондентів та інтерв'юерів щодо причин їх відмови від опитування та згоди все ж відповісти на запитання [Smith, 1984] та ін. З цих досліджень випливає, що значущі коментарі і різні при-

чини для відмови можуть мати різний вплив на зсув через невідповідь.

В ESS, таким чином, респонденти можуть бути класифіковані за їх причинами для відмови або згоди. Ступ пропонує порівняння "немає часу" і "дуже зайнятий" як підстави для відмови у ESS, де виявляє, що відсутність часу згадується (або принаймні, зафіксовані) набагато частіше в одних країнах, ніж в інших, проте існує лише невеликий зв'язок між загальною зайнятістю людини та її бажанням співпрацювати з дослідженнями такого типу [Stoop, 2005: 231].

Перелік причин відмови зазначаються у контактному листі [ESS, 2012]:

- незручний час (наприклад, через те, що респонденти доглядають хворих, дітей, ...);
- не зацікавлений;
- не знаю достатньо / нічого про предмет, дуже складно для мене;
- марна трата часу;
- марна трата грошей;
- не хочу говорити про приватне життя / я не даю ніякої особистої інформації;
- ніколи не беру участі в дослідженнях;
- занадто часто відповідаю на опитування;
- не довіряю дослідженням;
- попередній невдалий досвід участі в опитуваннях;
- не подобається тема;
- респондент відмовляється, тому що партнер / сім'я не дає згоду співпрацювати;
- не допускаю чужих у свій дім / боюсь впускати в оселю.

Також ключову інформацію про респондентів, що відмовилися від участі в опитуванні, чи про не досягнутих респондентів можна отримати, запитуючи його лише про основні для дослідження теми. Тут можливі два варіанти для отримання таких відповідей: пост-обстеження і пропозиція заповнити значно коротшу анкету одразу після відмови.

В пост-дослідженнях, тим, хто відмовився, та не досягнутим (а також досягнутим респондентам з метою контролю) пропонується заповнити коротшу анкету після закінчення основного етапу опитування. Ступ досяг дуже високого response rate в пост-дослідженні і виявив, що "перетворені" відмови за демографічними та ключовими змінними кардинально відрізнялись від "остаточних" відмов [Stoop, 2005: 67].

В Польщі було проведено порівняння відмови в пост-обстеженні за підсумками пілотного ESS в 2004 році і у пост-обстеженні основного дослідження [Przybysz, 2007]. Типи зсуву в двох дослідженнях, на основі ідентичних анкет, були різними.

У третьому раунді ESS пост-обстеження було проведено у трьох країнах, а саме у Польщі (PL), Норвегії (NO) і Швейцарії (CH). Перші дві країни, як правило, мають високий рівень відповіді в ESS, третя ж досягає рівня лише нижче середнього.

Скорочена анкета була складена в двох варіантах, одна – на чотирьох сторінках з 17 питаннями, і ще коротша – із сімома. Результати цього експерименту виявилися перспективним. Як і слід було очікувати, рівень відповідей на коротку анкету серед тих, хто відмовився в основному дослідженні був достатньо скромним: 23% у Польщі, 30% в Норвегії, і 52% в Швейцарії. Рівень же відповідей тих, хто уже відповідав на питання основного опитування був набагато вище (близько 60% у Польщі та Норвегії, і 84% в Швейцарії).

Основні результати пост-дослідження відрізняються у різних країнах [Kreuter, 2007], [Fuchs, 2013]. У Норвегії, наприклад, респонденти, які відповідали тільки у пост-обстеженні, і ті, вже досягнуті респонденти, які брали участь в пост-обстеженні, відрізнялися один від одного. Респонденти, які брали участь і в основному і в пост-обстеженні ("подвійний контакт") взагалі відрізняються від усіх респондентів у вибірці. Це може бути пов'язано з шляхом відбору чи часом опитування.

У іншому підході, так званому "опитуванні на порозі", об'єктів, що відмовляються брати участь в опитуванні, просять відповісти хоча б на невелику кількість питань. Цей підхід також називається "Підходом Базових Питань" [Kersten, 1984] або "Pre-Emptive Doorstep Administration of Key Survey Items – "PEDAKSI" – підхід Пітера Ліна [Lynn, 2003]. Ліній виявив, що респонденти, які надали відповіді лише на ключові питання були за деякими критеріями схожі на респондентів основного дослідження (наявність домофону, близькість проживання з етнічними меншинами) і за іншими критеріями схожі на не респондентів (наявність охоронних пристроїв, стан будинку, соціальний статус околиці). Вони, ймовірно, менше очікували злочинів, ніж досягнуті респонденти.

Ерік Ван Інген [Van Ingen, 2009] провів аналогічне дослідження "опитування на порозі" в рамках дослідження оптимального використання часу впродовж інтерв'ю. Він виявив, що не досягнуті (не дали згоди на повне анкетування) респонденти, які надали інформацію, що читають менше газет, також були менш зацікавлені в політиці, виконували менше добровільної роботи, менше займаються спортом і витрачали менше часу на подорожі і роботу. Вони не були більш зайняті, ніж досягнуті респонденти.

Цей підхід може бути використаний в будь-якій країні для отримання інформації про відмови. У третьому раунді ESS він був використаний в Бельгії і 45% тих, хто відмовився від основного опитування, все ж надали інформацію в "опитуванні на порозі". Проблема такої альтернативи в тому, що цей підхід зазвичай дає низький рівень відповідей по основній анкеті. Адже, щоб уникнути заповнення довгої анкети, інтерв'юери обирають в якості легкого шляху коротку з ключовими питаннями. Результати аналізу бельгійського "опитування на порозі" [Stoor, 2010 (1):260] показують, що "перетворені" відмови і ті, хто відповідають на порозі, обирають різні типи відмов.

Використання параданих для коригування неотриманих відповідей в крос-національних дослідженнях ускладнюється з трьох причин. По-перше, парадани мають бути пов'язані з даними дослідження; в крос-національних дослідженнях це може спостерігатися не у всіх країнах, також співвідношення можуть бути різ-

ними в різних країнах. По-друге, важко отримати стандартизовані парадани, коли різні дослідницькі організації беруть участь в ESS, працюючи в різних культурах і з різними національними традиціями, правилами і законодавством, які повинні бути прийняті до уваги.

І нарешті, компроміс має бути знайдений між двома потенційно конфліктуєчими цілями: з одного боку метою збору параданих є оптимальне застосування їх для мінімізації зсуву через невідповіді, а для кожної країни фактори, що впливають на невідповіді та методи їх нівелювання є різними, з іншого боку, головною метою в крос-національному опитуванні є порівнюваність між країнами, уніфікованість методів та методик. Це означає, що використовуються інструменти і процедури, які максимально схожі між собою, тобто знаходяться на високому рівні стандартизації.

Тому часто постає питання, які процедури добирання респондентів у ESS є найбільш оптимальними для усіх країн: відносно прості, але повсюдно реалізовані процедури зважування (наприклад, пост-стратифікація, дані якої присутні для всіх хвиль), опитування більшої кількості респондентів, чи інноваційні та, ймовірно, більш ефективні процедури, які можуть бути реалізовані лише в невеликому ряді країн, у зв'язку з відмінностями в доступності та якості параданих і інших допоміжних змінних. Іншими словами, відмінна процедура добору респондентів через невідповіді, що дала втішні результати в одній країні, може зовсім не спрацювати в інших.

В даний час в міжнародних дослідженнях парадани необхідно збирати для контролю і порівняння процесу збору даних, і для відкриття різних шляхів аналізу та зниження рівня не отриманих відповідей. Крім того, різні типи параданих в Європейському Соціальному Дослідженні повинні бути поліпшені за рахунок стандартизації, навчання інтерв'юерів, чіткіших керівних принципів і інших зусиль для підвищення якості.

Для України аналіз контактних форм та загальних розподілів четвертого раунду Європейського Соціального Дослідження, що проходив в Україні 2008 року дає змогу виділити групи респондентів, які відмовляються від участі в дослідженні. Це, перш за все:

жінки частіше відмовляються від участі в опитуванні (23,1%), ніж чоловіки (12,4%). Серед причин відмови жінки виділяють такі: незацікавленість у темі дослідження (26,6%) та неприйнятне втручання у їх приватне життя (12,1%), ще 27% жінок вважають участь в опитуванні втратою часу. Щодо чоловіків, то по 30% відмов їх відмов пояснюється незацікавленістю та сприйняттям опитування втратою часу. Взагалі, жінки є складно досяжною групою – 18,1% жінок не були досягнуті інтерв'юером. Також жінки (9,5%) частіше, ніж чоловіки (4,9%) відмовляються від участі від імені господарства.

За рівнем освіти – найбільше відмов отримується від людей, чий найвищий рівень освіти є закінчена середня і незакінчена вища, з яких 35,4% не мають часу на участь в опитуванні, і 25,4% не зацікавлені.

Також, зайнятість об'єкта відіграє важливу роль у прийнятті рішення щодо участі в опитуванні, – лише третя спроб досягнути контакту з самозайнятими закінчилася інтерв'ю, на відміну від 47,2% у найманих робітників. Цікавим є факт, що 29,1% осіб, що проживають за рахунок пенсії не були досягнуті взагалі, а 16% пенсіонерів відмовилися від опитування.

За релігійними вподобаннями складно досяжною групою є католики – з 43,4% спроб інтерв'ю не відбулося, з них 17,8% взагалі відмовилися від участі в опитуванні.

76% католиків вважають участь в таких опитуваннях марнуванням часу, в той час як православні окрім цього причиною відмови називають свою незацікавленість у тематиці дослідження. Варто зазначити, що незалежно від релігії, найбільше відмов було отримано від людей у віці 40-59 років.

Найбільше відмов також спостерігається у людей, що не відчують себе безпечно у країні, вони або є зовсім недосяжними (12,4%), або відмовляються від участі (8,5%).

Варто також звернути увагу на факт, що кількість відмов зростає зі зростанням часу, який витрачається респондентом на перегляд телебачення, проте спадає з зі підвищенням частоти користування Інтернетом.

**Висновки.** Збір основної інформації про потенційних респондентів є перспективним підходом, але результати та висновки щодо однієї країни не можуть бути поширені на інші, хоча б тому, що response rate сильно варіює у різних країнах. З урахуванням таких обмежень, малоймовірно, що один підхід є найбільш оптимальним способом для мінімізації зсуву через невідповіді для всіх країн – учасників ESS.

Найбільш перспективним підходом для змінення рівня не відповіді є обрання декількох стандартних та найперспективніших параданих для кожної країни й об'єднати їх, щоб створити одну модель "схильності до відповіді". Основний принцип такого збору полягає в тому, що таким чином парадани з контактної форми стануть максимально порівнюваними, а додаткова інформація буде зібрана специфічно до процедур і практичних рішень, які є стандартними для поля в кожній з країн.

Парадани застосовуються для вдосконалення управління збором даних наступним чином: по-перше, це оцінка нових ініціатив, ідей та можливостей зі збору даних; по-друге, це контроль збору даних і своєчасне виявлення проблем (наприклад, проблеми з інструментами збору даних, проблеми з продуктивністю інтерв'юера, можливі фальсифікації інтерв'ю); по-третє, це вдосконалення методів збору даних; четвертою перевагою є отримання показників контролю якості отриманих даних.

Таким чином, парадани застосовуються для встановлення найбільш оптимального компромісу між польовими витратами, якістю даних і часом збору інформації.

Хоча використання параданих є багатообіцяючою практикою, наступні методологічні дослідження мають визначити ключові елементи параданих, що мають збиратися в процесі кожного дослідження, а також способи їх кращого використання.

Також мають створюватися так звані бази параданих, постійне поповнення та використання яких дасть поштовх для отримання більш якісної інформації в рамках кожного з проводжуваних досліджень.

#### Список використаних джерел

- Billiet J. Non-response Bias in Cross-national Surveys: Designs for Detection and Adjustment in the ESS. / Billiet, J., H. Matsuo, K. Beullens and V. Vehovar // - ASK: Society, Research, Methods (18/2009).
- Blom A. G. Measuring, Explaining and Adjusting for Cross-Country Differences in Unit Nonresponse: What Can Process Data Contribute? [Електронний ресурс] / Blom, Annelies G. // - Institute for Social and

Economic Research, University of Essex, November 2009. – Режим доступу: [http://survex.de/fileadmin/user\\_upload/PhD\\_thesis\\_Annelies\\_Blom.pdf](http://survex.de/fileadmin/user_upload/PhD_thesis_Annelies_Blom.pdf)

3. Brehm J. The Phantom Respondents: Opinion Surveys and Political Representation [Текст] / Brehm J. // - Ann Arbor: University of Michigan Press, 1993, 266 pp.

4. ESS round 4 – data from Contact forms, edition 2.1 [електронний ресурс] 2008, Режим доступу [http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ess4cf\\_e2\\_1&y=2008](http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ess4cf_e2_1&y=2008)

5. ESS round 5 – data from Contact forms, edition 2.1 [електронний ресурс] 2010, Режим доступу [http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS5CFe02\\_1&y=2010](http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS5CFe02_1&y=2010)

6. ESS round 6 – data from Contact forms, edition 2.0 [електронний ресурс] 2012, Режим доступу <http://www.europeansocialsurvey.org/download.html?file=ESS6cfe02&y=2012>

7. ESS6 Source Contact Forms [електронний ресурс] 2012, Режим доступу [http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round6/fieldwork/source/ESS6\\_source\\_contact\\_forms.pdf](http://www.europeansocialsurvey.org/docs/round6/fieldwork/source/ESS6_source_contact_forms.pdf)

8. Fuchs M. Response Rate and Nonresponse Bias – Impact of the Number of Contact Attempts on Data Quality in the European Social Survey [Текст] / Marek Fuchs, Dayana Bossert, Sabrina Stukowski // - Bulletin of Sociological Methodology/Bulletin de Methodologie Sociologique, January 2013, vol. 117, no. 1, 26-45pp

9. Groves R.M. Leverage-Saliency Theory of Survey Participation, Description and Illustration [Текст] / Groves, R.M., Singer, E. Corning, A. // - Public Opinion Quarterly. - 2000, 64(3): 299-308pp.

10. Groves Robert M. Survey Nonresponse. [Текст] / Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge, Roderick J. A. Little // - New York: John Wiley and Sons. - 2001, 520p.

11. Kersten, H.M.P. Exploring and reducing the nonresponse bias by asking the basic question [Текст] / Kersten, H.M.P., and J.G. Bethlehem (1984) // - Statistical Journal of the U.N. Economic Commission for Europe, 2, 1984, 369 – 380pp.

12. Kreuter F. Using proxy measures of survey outcomes in post-survey adjustments: Examples from the European Social Survey [Текст] / Kreuter F., Lemay M., Casas-Cordero C. // - Proceedings of the Survey Research Methods Section, American Statistical Association, 2007, 3142-3149pp.

13. Lynn P. PEDAKSI: Methodology for Collecting Data about Survey Non-Respondents [Текст] / Lynn Peter // - Quality and Quantity, 2003, vol 37, 239-261pp.

14. Przybysz, D. Are Non-respondents similar to respondents? Findings from the ESS-2004 in Poland. / Przybysz, D., P. Sztabiński, F. Sztabiński // - ASK: Society, Research, Methods (16/2007), 25-54p.

15. Smith, T.W. 1984. Estimating Nonresponse Bias with Temporary Refusals. Sociological Perspectives, Vol. 27, No 4, 473-489p.

16. Stoop I. Improving Survey Response: Lessons learned from the European Social Survey [Текст] / Stoop Ineke, Billiet Jaak, Koch Achim, Rory Fitzgerald // - Wiley Series in Survey Methodology, 2010. 340p.

17. Stoop Ineke. Paradata in the European Social Survey: Studying Nonresponse and Adjusting for Bias [Текст, електронний ресурс] / Ineke Stoop, Hideko Matsuo, Achim Koch, Jaak Billiet // Proceedings of the Survey Research Methods Section, ASA (2010). Режим доступу: [http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/y2010/Files/306145\\_55947.pdf](http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/y2010/Files/306145_55947.pdf)

18. Stoop, I.A. The Hunt for the Last Respondent: Nonresponse in Sample Surveys. – The Hague: Social and Cultural Planning Office of the Netherlands. 2005. 339 pp.

19. Snijkers, G. Interviewers' Tactics for Fighting Survey Nonresponse [Електронний ресурс] / Snijkers, G., Hox, J. and De Leeuw, E. // - Journal of Official Statistics. vol 15, №2, 1999, 185-198pp. Режим доступу: [http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/23751/hox\\_99\\_interviewer\\_s%27%20tactics%20for%20fighting%20.pdf](http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/23751/hox_99_interviewer_s%27%20tactics%20for%20fighting%20.pdf)

20. Van Ingen E. Nonresponse in the Dutch Time Use Survey: Strategies for Response Enhancement and Bias Reduction. [Текст] / Erik Van Ingen, Ineke Stoop, Koen Breedveld // - Field Methods, February 2009, vol. 21, no. 1, 69-90pp

Надійшла до редакції 18.06.14

M. Sydorov, PhD, Assoc. Prof.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Y. Khodakivska, Student

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## USING PARADATA FOR REGULATING THE LEVEL OF NON-RESPONSE (ESS DATA)

*Paradata have potential value to measure and improve the quality of data, as well as to reduce costs in the data collection process, so they are of interest not only for research organizations but for customers, analysts and experts on the methodology of quantitative research. In the paper describes the possibilities to reduce with paradata the non-response level in empirical sociological research case study of ESS, analyzed and classified the reasons for refusal of questioning and ways to avoid them.*

**Key words.** Non-response level, paradata, quality of sociological information

M. Сидоров, канд. физ.-мат. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Ю. Ходаківська, студ.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАРАДАНЫХ ДЛЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ УРОВНЯ НЕОТВЕТОВ (НА ПРИМЕРЕ ESS)

*Параданные имеют потенциальную ценность для измерения и улучшения качества данных, а также для сокращения расходов в процессе сбора данных, поэтому они представляют интерес не только для исследовательских организаций, а также для заказчиков исследований, аналитиков и экспертов по методологии количественных исследований. В работе рассматриваются возможности использования параданных для уменьшения уровня не ответов в эмпирических социологических исследованиях на примере исследования ESS, анализируются и классифицируются причины отказа от прохождения опроса и пути их избегания.*

**Ключевые слова:** уровень неответов, параданные, надежность социологической информации.

## НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ

УДК 316.01+316.47

О. Куценко, проф.  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

### СОЦІАЛЬНІ КЛАСИ: СОЦІОЛОГІЧНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТА ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ

*Визначається сучасне застосування поняття соціального класу в соціології у трьох його основних інтерпретаціях: як номінальної категорії для позначення результату аналітичного розрізнення індивідів за певними критеріями; як поняття, що інтерпретує суб'єктивно визначені ідентичності індивідів, та як поняття, що пояснює соціальні відносини панування і привласнення суспільних благ. Серед "реляційного" визначення соціальних класів розрізняються сучасні марксистська, веберівська та культурорієнтована (бурдіанська) концепції; аналізуються й визначаються їх пізнавальні принципи в дослідженні класово обумовлених нерівностей в суспільствах. На основі емпіричних досліджень українського суспільства окреслюються важливі прояви класових структур, визначених за різними підходами. Узагальнюються пізнавальні обмеження у застосуванні підходів. На емпіричних прикладах ілюструються прояви різних видів класових структур в сучасних суспільствах. Окреслюються наукові здобутки українських соціологів у розвитку класового аналізу та дослідженні класових структур і їх впливу на суспільні процеси.*

*Ключові слова: соціальний клас, класова структура, експлуатація, життєві шанси, ринкова позиція, трудова ситуація, службова ситуація, пролетаріат, прекаріат, культурний капітал*

Швидкість та глибина соціальних змін, які відбуваються у сучасному світі, утворюють значні виклики не тільки для окремих індивідів, організацій та суспільств, які мусять постійно навчатись жити в ресурсних, комунікативних й соціальних умовах, що оновлюються. Такі зміни утворюють також виклики стосовно пізнавальної спроможності сталих теорій, методологій та категорій, які відпрацьовані в соціології, і які потребують постійної верифікації та розвитку з врахуванням змін в суспільному бутті. Протестна мобілізація в різних регіонах світу кінця 20-го і, особливо, початку 21-го століть, масові бунти та активізація руху соціально незадоволених груп в суспільствах (студенти, вчителі, лікарі, дрібні підприємці, шахтарі, працівники транспортних компаній, мігранти тощо) свідчить про зростання соціальних нерівностей, яке призводить до збільшення соціальної напруги в суспільствах. Для пояснення таких соціальних проявів соціологи повертаються до аналізу соціальних класів, класових нерівностей і відносин між класами в сучасних суспільствах.

*Що позначається категорією соціального класу?*

Поняття соціального класу є достатньо складним і має походження від латинського *classis*. В Давньому Римі це поняття застосовували в різних смислах, зокрема – як для позначення незможних громадян, так і для визначення шести ценових категорій, на які (при Сервії Туллії) було розділено римське населення. В сучасній науці дане поняття широко застосовується для аналітичного розрізнення різних категорій, зокрема – населення, за певними ознаками; і в такому сенсі "клас" постає результатом аналітичної процедури класифікації конкретної соціальності цілісності (населення міста, регіону, країни тощо); а дотичними до такого розуміння поняття "клас" є поняття рангу, стану, порядку. З епохи промислової революції, зростання в суспільствах державного сектору та публічної сфери, розширення урбанізації та розвитку націй як форми політично-організованих спільнот відбувається осмислення поняття "соціальний клас" як важливого параметру суспільства й політики. На цих засадах формується соціологічна категорія соціального класу, розвиток якої продовжується і сьогодні. А застосування цього поняття стає важливим засобом соціальної ідентифікації індивідів, пояснення соціальної поведінки людей і соціальних процесів в суспільствах.

Сучасне застосування поняття соціального класу в соціології здійснюється у трьох основних варіаціях його інтерпретації, а саме:

1) "клас" як номінальна соціальна категорія, результат аналітичного розрізнення та позначення груп людей за певними ознаками. Це те, що відомий французький соціолог П.Бурд'є позначав як "клас на

папері". Подібне застосування поняття представлено, зокрема, в структурно-функціональному та стратифікаційному підходах в соціології, в яких розвинуто способи ідентифікації класових або статусних позицій в системі професійної зайнятості (так звані "професійно-статусні групи"), які виокремлюються за національними та міжнародними класифікаторами видів заняття, професій, зокрема – класифікатором ISCO або Державним класифікатором професій України), в системах нерівностей за доходами ("бідні", "багаті" класи та ін.), за функціями в політичній системі (напр., "політичний", "бюрократичний" класи), за обсягом ресурсів в системі стратифікації (популярне трьох-класове розділення суспільства на "нижчі", "середні" та "вищі" класи) тощо. Особливістю такої інтерпретації є увага до ресурсно-функціонального розрізнення індивідів в суспільстві та застосування відповідної класифікації для вивчення (опису та аналізу) статички й динаміки функціонально-ресурсних позицій, їх соціальних наслідків. Таке знання є необхідним для регулювання суспільства та соціальних процесів в ньому (соціальної поляризації, попиту і пропозицій робочих місць, державного замовлення на підготовку фахівців, соціальних можливостей у задоволенні потреб певних верств населення тощо);

2) "клас" як інтерпретативне поняття, яке описує суб'єктивні ідентичності індивідів в системах економічних, політичних та владних відносин. Таке поняття постає не стільки аналітичною конструкцією, скільки результатом онтологічної рефлексії, розрізнення індивідами "своїх" та "інших": за споживаннями, економічними, політичними та культурними практиками й уподобаннями, у тому числі – стилями життя, смаками, виборами тощо. Такі поняття приналежності індивідів до соціального класу утворюються в практиках буденного життя через механізми розрізнення, типізації й легітимізації подібних та відмінних рис, перш за все. Ці процеси логічно завершуються інституціоналізацією взаємодій між відповідними соціальними класами, утворенням культурних зразків поведінки, регулюючих правил і норм. Останні забезпечують впізнаваність "своїх", утворюють бар'єри для просунення у "свій" соціальний клас представників інших, "небезпечних" класів, надають можливість для висхідної мобільності індивідів завдяки механізмам запозичення зразків та формування очікуваної поведінки ("демонстративної поведінки" за терміном Т.Веблена). Застосування в дослідженнях даного визначення поняття класу містить суттєві пізнавальні проблеми, пов'язані з розрізненням декларацій класової приналежності індивідів (за самовизначенням) та реальними ресурсними, ціннісними та поведінковими відмінностями між ними. Так, за результатами досліджен-

ня Інституту соціології НАН України у 2013 році, до середнього класу себе відносили майже 34% опитаних в Україні. Однак така самоідентифікація суттєво відрізняється від аналітичного визначення кількості представників середнього класу. Наразі дослідники відносять до середнього класу тих, хто може забезпечити гідне життя для себе та своєї родини, хто, як правило, має вищу освіту, є високооплачуваними найманими працівниками або володіють власним бізнесом, а властиві їм високі стандарти споживання можуть "довести" способом організації вільного часу (більш престижні форми відпочинку, відвідування театрів, концертів, виставок тощо), наявністю в господарстві таких товарів тривалого користування, як, наприклад, автомобіль тощо. З урахуванням усіх цих аналітичних критеріїв до лав представників середнього класу в Україні можуть бути віднесені лише біля 24-25%. З початку 2000-х років кількість представників середнього класу зростає вдвічі – з 11% у 2000-у році. Однак до цього часу середній клас в Україні своєю чисельністю в два-чотири рази поступається такому класу в розвинених європейських країнах.

Поширені в суспільствах практики декларативних ідентичностей, демонстративного споживання, суб'єктивного характеру даного інтерпретативного підходу обмежують його пізнавальний потенціал.

3) "**клас**" як поняття для пояснення соціальних відносин панування і привласнення суспільних благ, які утворюються у взаємодії між великими соціальними групами, що займають різні (як правило, опозиційні) позиції в системах виробництва та розподілу ресурсів, в силу чого мають різні шанси в забезпеченні власного життя і участі в утворенні суспільного порядку. На відміну від попередніх визначень, така – **реляційна** (від англ. *relation*) – інтерпретація категорії є суто соціологічною і має великий потенціал як у пізнанні соціальних суперечностей та конфліктів в розвитку суспільства (макрорівень пізнання), так і в поясненні політичних, економічних й культурних уподобань та виборів індивідів, що мають відношення до різних соціальних класів (макрорівень пізнання).

Із застосуванням реляційної інтерпретації поняття в соціології сформувались три основні пізнавальні традиції – *марксистська, веберівська та культурорієнтована*, основні пізнавальні принципи яких буде викладено нижче та які розрізняються між собою наступними критеріями:

1) акцент на відносинах виробництва або розподілу благ в проявах соціальних класів;

2) визначення антагоністичного конфлікту, класової боротьби або підкреслення особливого значення відмінностей життєвих шансів як сутнісних властивостей класів;

3) роль ціннісної свідомості, культурних практик в утворенні соціальних класів та їх аналітичному розрізненні.

*Соціальні класи в параметрах відносин виробництва, власності та експлуатації: неомарксистський теоретико-методологічний підхід*

З праць К.Маркса ("Капітал", "Маніфест комуністичної партії", "Увбозтво філософії", "Селянська війна у Франції" та інші), у яких автор розкрив особливості капіталістичного суспільства 19-го століття та його протиріччя, отримав розвиток потужний пізнавальний підхід до вивчення класових нерівностей як соціальної поляризації великих соціальних груп, що формуються у відносинах праці та капіталу. Для представників даного підходу "соціальний клас" – це не стільки спосіб опису економічних позицій різних соціальних груп, скільки поняття, що пояснює опозиційні соціальні інтереси в системах виробництва і привласнення виробленого продукту, у відношенні до капіталу. За такою інтерпретативною стратегією особливе значення в дослідженнях приділяється вивченню опозиційних соціальних класів у відношенні до капіталу: капіталістів та найманих робіт-

ників. Припускається, що функціонування даних класів, на відміну від численних "проміжних класів", призводить до утворення антагоністичних соціальних конфліктів, які втілюються у класовій боротьбі.

Соціальні класи й класова структура суспільства визначаються у зв'язку з відносинами власності на засоби виробництва, привласнення результатів праці, експлуатацією та соціальним відчуженням. Класова структура формується в результаті історично конкретного способу виробництва (характеру організації, розподілу праці, розвитку техніко-технологічних засобів виробництва) та виробничих відносин (з приводу володіння, контролю над засобами виробництва та виробленим в колективній праці продуктом, з приводу організації праці та способів розподілу його результатів), в яких утворюються нерівні соціальні позиції між великими групами людей. Через усвідомлення експлуатації та соціальної несправедливості розгортається класова боротьба, що здатна призводити до зміни соціально-економічної та політичної форм суспільства.

В доповіді на науковому семінарі в інституті Академії наук СРСР у місті Новосибірську ще у 1983 році (вперше доповідь була надрукована під грифом "для службового використання"), радянський соціолог-економіст Т.І.Заславська обґрунтувала аналітичний висновок про невідповідність системи виробничих відносин, механізмів державного управління в СРСР розвитку виробничих сил, про поширення експлуатації, узasadненої на організаційно-бюрократичних чинниках привласнення суспільних благ, що потребувало якісної перебудови суспільної системи [Заславская, 2007: 12-19]. До кінця 1980-х років соціально-класова структура радянського українського суспільства була майже однорідною у відношенні до власності на засоби виробництва, бо конституцією визначались лише державна і колгоспнокуперативна власність. Однак пізніше наслідком "перебудови" адміністративно-командної системи в СРСР, а потім – приватизації в Україні відбулось формування приватної власності, створювались умови розвитку нових класових позицій (великих, середніх та дрібних капіталістів роботодавців, самозайнятих дрібних підприємців), які протистоять позиціям найманих робітників.

За емпіричними даними Європейського соціального дослідження (2007-2008 рр.) в українському суспільстві, у порівнянні з усіма європейськими країнами, клас найманих робітників суттєво скоротився протягом пострадянської доби, але продовжує суттєво переважати за кількістю (69% в Україні серед усього зайнятого населення у порівнянні з 44% в таких країнах, як Велика Британія, Франція, Нідерланди). В той же час, проміжний клас дрібних підприємців (само зайнятих, або зайнятих у дрібному родинному бізнесі) за кількістю охоплює лише біля 4% зайнятого населення (проти 7% у зазначених вище країнах, або 11% у постсоціалістичних країнах центральної та східної Європи). Між тим, незважаючи на недовгий період історичного розвитку, обсяг класу капіталістів в Україні є не набагато меншим, ніж у країнах розвинутого капіталізму (9% в Україні у порівнянні з 10,6% у В.Британії або Франції), та на 2% вищим, ніж у постсоціалістичних східно-європейських країнах. Також в пострадянський період в Україні продовжувалось відтворення класу управлінців, чиновників, адміністраторів, кількість представників якого посідає майже 16% зайнятого населення [Кущенко, 2012: 3-27]. В радянському суспільстві це був – правлячий клас, основу якого складала так звана номенклатура (проаналізовано М. Джиласом, М. Восленським, Д. Лейном, О.Шкаратаном). *Номенклатура* – панівний, привілейований клас суспільств державного соціалізму, представники якого займали різні ключові адміністративні позиції у всіх сферах діяльності: в уряді, правлячій політичній партії, промисловості, сільському господарстві, освіті тощо. Протягом пострадянського

періоду відбулась трансформація радянської номенклатури (проаналізовано Д.Лейном, Я.Станіскіс, О.Криштановською, В.Нікулінім, А.Зоткінім), формування на її основі класу великих власників, політичної еліти та розвиток управлінського класу.

У пострадянський період в Україні відбулось поширення *соціально-економічних і організаційно-політичних чинників експлуатації, їх синтез*. Володіння економічним капіталом (власністю на засоби виробництва) призвело до отримання виняткового контролю і в політичному смислі (влади). Концентрація ресурсів власності і влади супроводжувалась розвитком в суспільстві *клієнтельних відносин неопатрімоніального типу* (термін М. Вебера). Дані процеси призвели до утворення в українському суспільстві у 1990-2000-х роках нового правлячого політико-капіталістичного класу, який зосереджує ресурси власності та влади, контролює доступ до основних суспільних благ. Функціонування даного класу сприяє поглибленню соціальної поляризації та поширенню в суспільстві соціальної несправедливості.

Особливо значний розвиток неомарксистська стратегія класового аналізу отримала в розробках американського дослідника Е.О. Райта (з 1970-х років до сього часу), який врахував зміни в сучасних способах виробництва й отримання доходів та запропонував розрізнити соціальні класи за наступними параметрами:

- *власність на засоби виробництва* (капіталісти, середні та дрібні роботодавці, дрібні підприємці, що не мають найманих працівників),

- *наявність контролю у виробничому процесі* (топ-менеджери, керівники середньої та первинної ланки, фахівці-техніки, що мають контроль над технічними засобами виробництва)

- *володіння особливими вміннями й кваліфікацією* (різні професійні групи зайнятих).

На перетині цих параметрів аналітично розрізняються 12 базових класових позицій, на яких в конкретному суспільстві можуть формуватись соціальні класи. В ієрархії соціальних можливостей такі класи упорядковуються за місцем у відносинах експлуатації та соціального відчуження \ відторгнення.

Як утворюються відносини експлуатації? За визначенням Е.О.Райта, **експлуатація** – це специфічний тип антагоністичної взаємозалежності матеріальних інтересів учасників економічних відносин, або те, що визначає несправедливість таких відносин, нееквівалентність обміну у виробничому процесі, на ринках праці та власності. Експлуатація не може виникнути тоді, коли індивіди не володіють хоча б якимись цінними ресурсами (ресурсами капіталу, робочої сили, організаційного контролю, інформації). Е.О.Райт підкреслює значення морального компоненту таких відносин: "Коли ми називаємо капіталістичне привласнення трудових зусиль робітників "експлуатацією", то маємо на увазі щось більше, ніж суперечність між матеріальними інтересами робітників і капіталістів, ми припускаємо несправедливість цього привласнення" [Райт, 2012].

Утворення відносин експлуатації відбувається, за Е.О.Райтом, за наступними принципами:

- 1) "оберненого матеріального добробуту" – добробут експлуататора досягається за рахунок матеріальних нестатків експлуатованого;

- 2) "соціального відторгнення", або асиметричного позбавлення експлуатованих доступу до необхідних виробничих ресурсів, контролю над ними, як правило, завдяки механізмам власності на засоби виробництва;

- 3) привласнення продуктів колективної праці тими, хто контролює виробничий процес та процес розподілу виробленого продукту.

Розвиток немарксистської аналітичної стратегії пов'язаний з вирішенням декількох концептуальних проблем, а саме:

- проблема "середнього класу" – "середній клас" об'єднує людей, які не володіють засобами виробництва в рамках майнових капіталістичних відносин і продають свою робочу силу на ринку праці, проте не схоже, що належать до "робітничого класу". Таким чином, постає питання: на якій підставі ми можемо розрізнити класові позиції таких людей? Е.О.Райт пропонує розділяти клас найманих працівників за двома критеріями: по-перше, відповідно до влади (функцій контролю), яку вони мають у виробничому процесі, та, по-друге, відповідно до їхніх професійних навичок та досвіду (кваліфікація);

- проблема "суперечливих позицій у класових відносинах", які займають менеджери, контролери, інженерно-технічні працівники – або усі ті, хто має функцію контролю, влади в організації процесу праці. Вони можуть розглядатися одночасно як представники класу капіталістів, та як представники робітничого класу: з одного боку, вони схожі на капіталістів в тому, що панують над робітниками; з іншого боку, капіталісти контролюють та експлуатують менеджерів та контролерів у процесі виробництва, і в цьому останні схожі на робітників;

- проблема розміщення в класовій структурі тих, хто володіє цінними знаннями та вміннями. Володіння знаннями та вміннями виокремлює особливу позицію в класових відносинах завдяки тому, що навички та досвід наділяють найманих робітників специфічним типом влади. Зокрема, такі робітники можуть отримувати "ренту за вміння". З іншого боку, вони також здобувають владу на виробництві, отримуючи "ренту за лояльність" від роботодавця;

- проблема розміщення в класовій структурі тих, хто не має оплачуваної роботи. Так, за даними Державного комітету статистики України, у 2012 році тільки 67,1% населення працездатного віку мали оплачувану зайнятість [Основні показники, 2012]. До яких класових позицій віднести решту населення? Враховуючи такі факти, Е.О.Райт пропонує розрізнити *безпосередню та опосередковане класове розміщення (mediated class locations)*. Для опосередкованого класового розміщення особливе значення мають родинні зв'язки індивідів, а також їх членство в певних групах, організаціях. Проте існують люди, які дуже слабо пов'язані з класовою структурою через родинні стосунки чи приналежність до соціальних організацій. Зокрема, це стосується людей із найнижчих прошарків населення, так званого "андеркласу", який, за логікою капіталізму, не становить цінності.

До сього часу відбувається в науці дискусія про зв'язок між соціальним класом та продуктивною працею, зокрема, Н.Пулансас, Дж.Уррі пропонуються розрізнити продуктивні та непродуктивні або "спекулятивні" класи (які не утворюють додатковий продукт, їм не загрожує безпосередня експлуатація).

Пошук рішення цих пізнавальних проблем сприяв розвитку як даної, так і альтернативних стратегій класового аналізу.

*Соціальний клас як продукт ринкових відносин та відносин зайнятості: неовеберівська стратегія інтерпретації.*

На відміну від марксистських інтерпретацій соціальних класів та їх походження, М.Вебер в роботах "Есе з соціології", "Теорія соціальної та економічної організації", "Економіка і суспільство" (початок ХХ ст.) звернув увагу на значення конкурентоспроможності соціальних груп, що займають різне місце в системі обміну ресурсами, мають суттєві відмінності **ринкових позицій** та обумовлених ними **життєвих шансів**. Відмінності ринкових позицій стають наслідком того, що ресурси, якими володіють індивіди і які вони можуть запропонувати в обмін на інші цінності, мають різну ринкову вартість. Такими ресурсами, або чинниками ринкових позицій та життєвих шансів стають не тільки власність на засоби виробництва, фінансовий капітал, але й профе-

сіяна освіта і дипломи, кваліфікація, знання та вміння, які утворюють різні можливості індивідів в розпорядженні соціальними благами конкретного суспільства.

В процесах обміну ресурсами формуються різні життєві шанси. **Життєві шанси** – це можливість доступу індивідів до обмежених благ в суспільстві. Вони визначаються ринковими позиціями, оцінюються індивідами, стають основою їх соціального статусу, розрізняються мірою задоволення індивідуальних потреб, мірою соціального престижу і закріплюються стилями життя. Соціальні класи аналітично розрізняються типовими життєвими шансами індивідів на ринках праці та споживання. Життєві шанси можуть бути змінені індивідом за допомогою соціальної мобільності (механізми набуття освіти, престижного диплому, гідної роботи, переїзду у велике місто, входження в партійну організацію, приєднання до більш престижного стилю життя тощо) і визначаються у практиках боротьби за їх покращення або збереження. На відміну від марксистської інтерпретації, в даній стратегії класового аналізу відсутнє уявлення про те, що соціальні класи мають обов'язково знаходитись між собою у конфлікті з "нульовою сумою", коли вигоди для одного класу означають втрати для опозитційного класу. Також в межах цієї інтерпретативної стратегії соціальний клас не аналізується як основне джерело конфлікту в ринковому суспільстві; передбачається, що соціальний клас не обов'язково має характеризуватись колективними діями (протесту або захисту своїх позицій).

Ще наприкінці 1950-х років британський соціолог Д.Локвуд (праці "Робітник у чорному пальто: вивчення класової свідомості", 1958; "Заможній робітник в класовій структурі", 1969) в дослідженні соціальної групи "зможних" робітників та дрібних службовців, а також процесів пролетаризації емпірично довів, що соціальні класи є внутрішньо неоднорідними: різні статуси, способи життя, практики дозвілля можуть сприяти внутрішній фрагментації соціальних класів.

Особливо важливе значення в розвитку сучасної стратегії класового аналізу має Наффілдська програма дослідження соціальних класів та мобільності, започаткована на межі 1960 та 1970-х років групою британських дослідників під керівництвом Дж. Голдторпа (Оксфорд). Розвиток цієї програми відбувся в конкуренції та в діалозі з програмою класового аналізу Е.О.Райта. Дослідники звернули увагу на те, що наслідком розвитку гнучкої системи зайнятості і диференціації відносин між роботодавцями та найманими працівниками стало утворення множинних позицій в системі ринкових обмінів і праці, які відрізняються обсягом ресурсів та життєвих шансів. Аналітична схема класового аналізу Дж. Голдторпа розрізняє класи на основі професійних занять, притаманних їм особливих ринкової та трудової ситуацій. Поняттям **ринкової ситуації** визначається економічна позиція індивіда в параметрах розміру та джерел отримання доходів, умов зайнятості, рівня економічної безпеки і шансів професійної кар'єри, соціально-економічної висхідної мобільності. Терміном **"трудова ситуація"** позначається місце індивіда у функціональному розподілі праці. Трудову ситуацію можна описати в параметрах характеру та обсягу професійних обов'язків, ступеня автономії в трудовому процесі, ступеня кваліфікації. Заняття, за якими розділяються спільні ринкові та трудові ситуації, утворюють класові позиції. Представники різних класів мають різні життєві шанси.

В останні десятиліття в сучасних суспільствах відбувся розвиток гнучкої системи зайнятості, підвищення значення праці висококваліфікованих професіоналів, ускладнення трудового процесу та організаційних взаємодій. Це призвело до формування ще одного важливого чинника життєвих шансів найманих працівників, а саме – умов, прописаних у трудових контрактах, умов

праці, які стають типовими для різних галузей діяльності та видів трудових організацій. Такий чинник утворення класів позначається терміном **"службова ситуація"**. Роботодавець прагне застосовувати різні трудові договори (контракти) в залежності від цінності конкретної праці та працівника. Службові ситуації розрізняються мірою довіри роботодавця до працівника, ринковою цінністю його праці, в залежності від яких роботодавець може наділяти працівника більшим або меншим обсягом довіри та влади в прийнятті рішень в трудовому процесі, визначати додаткові винагороди за працю. Традиційний трудовий договір, як правило, застосовується тоді, коли для виконання роботи працівнику необхідні лише загальні навички; основною формою винагороди стає заробітна плата за конкретний результат праці. На відміну від такого договору інші типи контрактів, які прописують сервіс-відносини. Такі контракти застосовуються тоді, коли для виконання роботи потрібні спеціальні якості працівника; працівнику не тільки визначається заробітна плата, а досягається з працедавцем угода стосовно перспектив кар'єри працівника, умов його праці, можливості отримання дивідендів, соціальних пакетів, бонусних програм тощо.

Здійснений Дж. Голдторпом аналіз утворення класових позицій з комбінації чинників ринкової, трудової та службової ситуацій дозволив сконструювати 11-класову аналітичну схему, в якій виділено три основні групи соціальних класів:

1) **службовий клас** (або вищий середній клас), який об'єднує роботодавців, менеджерів-адміністраторів, професіоналів;

2) **проміжний клас** (або нижчий середній клас) – дрібні роботодавці та власники, управлінці середньої та нижчої ланки, дрібні службовці; окрему підгрупу формує дрібна буржуазія, підприємці;

3) **робітничий клас** – робітники фізичної праці різного ступеню кваліфікації.

І за цією логікою класового аналізу українське суспільство є, переважно, "суспільством робітничого класу". В ньому, на відміну від розвинутих західноєвропейських суспільств, але як і в інших постсоціалістичних країнах, робітничий клас є найбільш численним. За результатами аналізу української дослідниці О.Симончук, кваліфіковані та малокваліфіковані індустріальні робітники становлять близько третини зайнятих; працівники нефізичної праці нижчого рівня (переважно робітники сфери торгівлі) – складають близько десятої частини; сільськогосподарські робітники є нечисленними. Службовий клас становить до третини зайнятих, а проміжний – у межах 10% [Симончук, 2011: 75-77].

Як і в неомарксистському підході, дана схема визначення соціальних класів не враховує численну категорію тих індивідів, які є безробітними, або мають нестандартну зайнятість. Поза зайнятстю перебуває зростаюча в світі маса безробітних або неповністю зайнятих мешканців урбанізованих центрів в капіталістичних економіках. Враховуючи зміни в сучасному ринку праці, німецький соціолог Ульріх Бек запропонував виділяти особливий клас **"прекариат"** (від латинського слова *precarius* – "наданий на час, непостійний, ненадійний"), визначальною характеристикою якого є ситуація прекарності і який має відмінні класові інтереси від робітників, що мають постійну зайнятість і гарантовані посадові оклади. Прекариат знаходиться у нестабільних трудових відносинах (часткова зайнятість, фріланс, аутсорсинг, аутстафінг, тривалі стажування, трудова міграція, робота в проєктах тощо), які можуть бути розірвані роботодавцем у будь-який час. Це обумовлює нестабільний спосіб життя і роботи без довгострокових гарантій і надійного заробітку. За даними Міжнародної Організації Праці (МОТ) в Європейському Союзі від 15% до 25% працівників знаходяться в ситуації прекарності [Policies and regulations,



2011: 9]. Ці ситуації дуже різняться у регіонах світу. Так, якщо наймані працівники складають 84% зайнятих в економічно розвинутих країнах світу (ЄС, США, Японія, Канада, Австралія тощо), то в країнах Африки на південь від Сахари тих, хто отримує зарплати, лише 23%; найбільшою групою є самозайняті (49%). Останні здебільшого позбавлені тих форм колективної організації, які можуть використовувати наймані працівники для захисту зайнятості, рівня зарплати та умов праці.

В Україні на початку 2010-х років до прекаріату можна було віднести до 50-58% економічно активного населення. Основу цієї групи становлять зайняті в неформальному секторі економіки, працівники з вкрай низьким рівнем доходів і нестабільною зайнятістю, ті, хто офіційно працює в умовах вимушеної неповної зайнятості (відпустки без збереження заробітної плати на період припинення робіт, переведені за економічними причинами на неповний робочий день чи тиждень), сезонні працівники, безробітні тощо [Kurpets, 2013]. Американський дослідник Гай Стендінг визначив прекаріат як "новий небезпечний клас" (2011р.), функціонування якого привносить суттєву нестабільність та конфліктність в суспільствах в силу нестабільності ринкових позицій, трудової ситуації та способу життя його представників.

#### *Соціокультурна інтерпретація соціальних класів*

Низка соціологів звернула увагу на те, що не тільки економічні та політичні можливості, але й культура, соціальні зв'язки здатні формувати різні життєві шанси індивідів та призводити до формування соціальних класів. У 1960-70х роках французькі соціологи П.Бурдьо та Ж.-К. Пассерон на прикладі вивчення французької аристократії розробили теорію культурного відтворення соціальних класів [Bourdieu, 1970] і визначили, що соціальні класи відрізняються між собою обсягом трьох базових видів капіталу, володіння якими сприяє і відтворенню класів, а саме: економічним, культурним та соціальним. Основою формування капіталів є сім'я та процеси соціалізації; пізніше індивіди включаються в різні практики боротьби за капітали, їх обмін (конвертацію), що часто проявляється на рівні індивідів в стилізації життя. Доступ до капіталів формує структури домінування в конкретному суспільстві. П.Бурдьо доводив, що діти батьків, які відносились до середнього класу, оволодівали їх культурним капіталом, культурними та лінгвістичними здібностями, що забезпечувало їх шкільні успіхи. Оскільки такого роду культурний капітал не передається дітям з сімей робітничого класу, то шкільні системи оцінки знань, таким чином, виправдовують та відтворюють економічні нерівності соціальних класів за допомогою ідеологічного поняття "природних здібностей". Пізніше за результатами дослідження академічних спільнот П.Бурдьо здійснило більш складне розрізнення *економічного капіталу* (економічні ресурси власності, доходів), *соціального капіталу* (ресурс отримання вигоди, який забезпечується родинними, дружніми зв'язками, мережею знайомств), *культурного* (освітня кваліфікація, дипломи, звання, мова, смак тощо) та *символічного* (престиж, репутація). У 2000-х роках соціологи все частіше звертаються до даного підходу. Німецькі соціологи (дослідницькі групи Ш.Градїла, М.Фестера) емпірично перевіряють зв'язок між соціально класовою, статусною приналежністю і спільнотами, що поділяють подібні цінності, смаки, стилі життя. Група британських соціологів на чолі з М.Севеджем, Р.Кромптон і Ф. Девайс звернули увагу на те, що традиційне соціальне розділення класів на вищі, середні та робочий погано корелює з сучасними професійними групами та життєвими стилями. На підставі розробок П.Бурдьо вони запропонували оновлений підхід до виявлення класової структури суспільства, перші результати застосування якого з'являються в публікаціях з 2008 року [Class and Cultural Division, 2013]. Підхід враховує полярні позиції

еліти та населення, яке перебуває у нестандартній зайнятості і ґрунтується на уявленні про значення трьох базових капіталів в утворенні та аналітичному розрізненні соціальних класів, а саме:

- 1) економічного (дохід, збереження, нерухомість);
- 2) соціального (соціальні зв'язки, коло спілкування);
- 3) культурні (інтереси, способи проведення вільного часу).

Методами он-лайн опитування, доповненого традиційними методами масового опитування дослідники Лабораторії BBC та провідних університетів Британії у 2011 році зібрили інформацію від 161 тис. респондентів, що дало можливість відпрацювати дослідницьку методологію та уточнити наукові уявлення про класову структуру сучасного британського суспільства. Результатом стало розрізнення 7 соціальних класів, а саме:

- 1) еліта, яка володіє усіма трьома капіталами в значній мірі;
- 2) стабільний середній клас, який посідає друге місце за багатством та культурним капіталом;
- 3) технічний середній клас – "технарі", відносна нова група з високими доходами, але низькими соціальним та культурним капіталами;
- 4) заможні наймані працівники – відносно нова група з середніми доходами та високою соціальною й культурною активністю;
- 5) традиційний робітничий клас, для якого характерні низькі усі показники, представники якого є більш старшими за віком, група є в цілому соціально благополучною; разом з традиційним робітничим класом охоплює біля 40% дорослого населення сучасної Великої Британії;
- 6) клас робітників сфери послуг, який розвивається і не обов'язково ідентифікує себе з робітничим або середнім класом – це нова молода група в містах, доволі бідна, але з високими показниками соціальної та культурної активності;
- 7) прекаріат – клас, для якого усі показники економічного, соціального та культурного капіталів є низькими; група є соціально неблагополучною і охоплює біля 15% дорослого населення сучасної Британії.

Уточнення класової структури українського суспільства за даним підходом потребує суттєвої дослідницької роботи: як валідації підходу для українського суспільства, так і збору й аналізу даних. Передбачається, що даний підхід буде більш чутливим до постіндустріальних і культурних змін, які відбулись в сучасних суспільствах.

#### *Види класових структур*

В залежності від способу виробництва, його основних ресурсів і порядку доступу до них, в залежності від характеру виробничих відносин та способів експлуатації соціологи розрізняють наступні **види класових структур**, які формуються історично та проявляються в сучасних суспільствах або цілісно, або частково:

• **рабовласницькі** – людина, його (її) робоча сила є основним засобом виробництва; притаманні позаекономічні відносини примусу; цій структурі властиві антагоністичні за соціальними інтересами і можливостями соціальні класи – раби та рабовласники. Згідно Глобальному індексу рабства за 2013 рік, який описує ситуацію у 162 країнах світу і розроблений Австралійською фундацією Walk Free (WFF), 30 мільйонів людей в усьому світі живуть як раби. Описуючи своє розуміння "сучасного рабства", автори звіту пишуть, що йдеться про боргову залежність, примусові шлюбні та торгівлю людьми. Україна в цьому рейтингу посідає 86 місце, сусідня Росія – 49 та шосте місце за абсолютною кількістю рабів, яких в сучасній Росії налічується понад півмільйона. Вище за неї – лише Індія, Китай, Пакистан, Нігерія та Ефіопія. В абсолютних показниках в Україні в рабських умовах живуть від 110 до 120 тисяч людей. Аналізуючи загалом ситуацію в регіоні "Росія та Євразія", автори звіту доходять висновку, що в рабських

умовах тут мешкають десятки тисяч людей, що значно більше, ніж задекларована урядами статистика; а "нове рабство" в значній мірі формується за рахунок трудових мігрантів, які зазнають нещадної експлуатації [The Global Slavery Index 2013; Іващенко 2005];

- **феодалні структури** – основним засобом виробництва є земля та праця; характерним є позаекономічний примус і частково – економічні відносини обміну, а також станова ієрархічна залежність; основні соціальні класи і стани – кріпаки, васали та феодалі, "знать". В сучасній соціологічній літературі поширюється думка про те, що в пострадянських суспільствах панує модифікована форма феодалізму ("корупційно-феодална система відносин") (див. роботи С. Кордонського, А. Медушевського, Є. Головахи). Уособленням феодальної знаті стали олігархи, які, здобувши капітал, отримали майже необмежений доступ до влади і підтримують дію механізмів збагачення за допомогою "відкупного права", "ренти". Політичний процес виражається міжособистими війнами нових феодалів, а вся структура органів влади, партійно-політична номенклатура стає їхніми васалами. За "вірну службу" можна отримати "земельний наділ", високостатусну посаду, долю в власності на доходні підприємства. Більш того, дослідниками зазначається, що новий феодалізм набирає спадкового характеру.

- **капіталістичні структури** – капітал (всі активи, які застосовуються у виробництві благ та наданні послуг з метою отримання прибутку) і робоча сила працівника є основними засобами виробництва; притаманні економічні чинники експлуатації; антагоністичні класи – капіталісти і пролетаріат, робітничий клас. "*Пролетаріат*" – термін, яким позначають клас робітників в капіталістичному суспільстві, чий добробут залежить виключно від їх робочої сили (здатності працювати) та отриманої ними заробітної плати. В марксистській теорії – це клас людей, які не мають власності на засоби виробництва, в наслідок чого вимушені продавати свою робочу силу за заробітну плату. Межі між цим класом та близькими за соціальним положенням прошарками "дрібних буржуа, підприємців" (для яких, в силу обмежених ресурсів власності, часто є притаманними самозайнятості та само експлуатація), з одного боку, та люмпен-пролетаріатом (представники якого не мають формальної зайнятості), андеркласом, з іншого боку, є гнучкими. Наслідком концентрації капіталу в сучасних суспільствах є поширення процесу пролетаризації як форми низької соціальної мобільності. Класичним є дослідження британського соціолога Е.П.Томпсоном процесу пролетаризації, що було здійснено ще на початку 1960-х років (робота "*The Making of the English Working Class*", 1963). Соціологи 2000-х років засвідчують масову пролетаризацію представників середніх класів, дрібних буржуа в різних суспільствах світу під впливом нової соціально-економічної кризи (М.Буравой, С.Жижек). Визначаються тенденції глобальної трансформації капіталістичних відносин, в яких важливу роль відіграє зростання "транснаціонального капіталістичного класу" (Дж. Фрідман, Л. Скляр, У. Робінсон, І. Валлерстайн). Транснаціональний капіталістичний клас є сегментом світового капіталістичного класу, що представляє глобальний капітал, контролює наднаціональні засоби глобальної економіки (такі, як транснаціональні корпорації та їх економіко-політичні інституції – напр.: Світовий Банк, Світова Організація праці тощо) і є космополітичним за своєю суттю. Таким чином, соціальний конфлікт між працею та капіталом вийшов за національні межі;

- **етакратичні структури** – особлива роль державної власності, організаційних ресурсів експлуатації; праця залишається основним засобом виробництва; домінує в таких структурах організаційно-ідеологічний соціальний контроль; антагоністичними класами стають державні управлінці, бюрократія, чиновники, "номенклатура" як

привілейований клас та, з іншого боку, наймані працівники на державних установах, підприємствах. В роботі "Российское неократическое общество и его стратификация" російські соціологи О.Шкартан та Г.Ястребов доводять, що владні відносини з притаманною їм номенклатурною ієрархією і становими привілеями правлячого прошарку зберегли своє домінування над відносинами приватної власності в сучасній Росії. Можливість надбачатства і політичного впливу в суспільстві забезпечується виключно лояльністю до держави, що визначає специфіку неократизму як типу суспільних відносин;

- **постекономічні структури** – основними засобами виробництва та обміну стають інтелектуальні ресурси, цінності, вміння та кваліфікація, інформація та цифрові інформаційні технології; володіння інформаційними ресурсами, конкурентоспроможними ресурсами знання обумовлює утворення нових видів відносин експлуатації; формуються антагоністичні соціальні класи професіоналів, експертів, "*креативний клас*", що володіють інформаційним капіталом, мають високі доходи та соціальний престиж, та соціальні класи з низьким рівнем освіти й кваліфікації, нестабільною зайнятістю, низьким доходом й соціальним престижем ("*прекариат*").

*Дослідження соціально-класової структури в українській соціології*

Перші спроби дослідити класову структуру пострадянського українського суспільства розпочалися з середини 1990-х років, у 1996 році вийшла з друку колективна монографія харківських соціологів "Изменения социально-классовой структуры украинского общества в условиях его трансформации", в якій автори (Якуба О., Куценко О. та ін..) зафіксували тенденції радикальних змін структури суспільства за умов розвитку ринку та приватної власності, розкрили стан масової маргіналізації та руйнації соціокультурних позицій в системі зайнятості. На межі 1990-2000-х українською дослідницею О.Куценко зроблено висновки про посилення класового характеру українського суспільства, визначено параметри розрізнення соціальних класів (за самоідентифікацією і з врахуванням обсягу економічного, організаційно-управлінського та культурного капіталів, життєвих шансів та базових ціннісних орієнтацій), виявлено наявність латентного \_рограммоу\_ьного розколу між елітними групами та усіма іншими класоподібними групами в суспільстві за можливостями соціального залучення, визначено політико-культурні характеристики різних соціальних класів. Репрезентативні дослідження динаміки соціально класової структури та міжпоколінної мобільності під назвою "Ставлення до перетворень" були вперше проведені в Україні у 1993, 1995 та 1998 роках за програмою Дж.Голдторпа. Класова позиція індивіда визначалася за семикласовою версією схеми Дж. Голдторпа (в Україні доповнено восьмою позицією). Порівнюючи дані досліджень та результати щорічного моніторингу, який проводить Інститут соціології НАН України С. Оксамитна визначила найбільш загальні тенденції в соціокультурних змінах, пов'язаних із професійною зайнятістю та ринковою ситуацією працівників, зробила висновки про характер класової мобільності у вимірі різних поколінь в сучасній Україні. В 2000-х роках виходять роботи О.Симончук, в яких вона описує структуру класових позицій в українському суспільстві у порівнянні з іншими країнами Європи та з точки зору застосування різних міжнародних схем класового аналізу; детально аналізує стан робітничого класу і характер класових дій, здійснює спробу дослідити особливості середнього класу в суспільстві. З другої половини 2000-х отримує розвиток застосування якісних методів в дослідженнях представників андеркласу (тих, хто довгий час не має роботи, бездомних тощо – див., зокрема, роботи А. Рябчук), важливою трибуною для публікації таких результатів є журнал соціальної критики "Спіль-

не". Напрямок класового аналізу українського суспільства залишається актуальним і формує цікаві перспективи пояснення стану та динаміки розвитку українського суспільства, його соціальних проблем та конфліктів.

#### Список використаних джерел

1. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения (фрагменты) // западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и н.ред.В.В.Радаев. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – С.537-565.
2. Бурдые П. Социальное пространство и генезис классов // Социология политики. М.: Социо-Логос, 1993. – С. 5397.
3. Восленски М.С. Номенклатура. Господствующий класс Советского Союза. М.: Политиздат, 1991.
4. Гидденс Э. Стратификация и классовая структура // Социологические исследования, 1992, № 9.
5. Головаха Е.П. Неосословное общество XXI века // Проблемы развития социологической теории... / САУ, ИС НАНУ; М.А. Шульга (науч.ред.) и др. – К., 2008. – 533 с., с. 42-49
6. Заславская Т.И. Трансформация социальной структуры // Заславская Т.И. Социетальная трансформация российского общества. Деятельностно-структурная концепция. – М.: Дело, 2002. – С.288–357, 468–493.
7. Заславская Т.И. Трансформационный процесс: в поисках новой методологии. Т.2. – М.: Экономика, 2007. – С.12-19.
8. Ерик Олін Райт Клас має значення // Спільне. Журнал соціальної критики. – №4, 2012. – С. 11-24.
9. Іващенко В. Рабство: сучасні форми, стан та основні тенденції // Юридичний журнал. – 2005, №11. – <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2018>
10. Изменение социально-классовой структуры общества в условиях его трансформации / Е.А.Якуба, О.Д.Куценко, Л.М.Хижняк, М.А.Безносос, И.А.Евдокимова.- Харьков: Основа, 1997.
11. Ильин В. Классовая структура: классические концепции и современная Россия // Отечественные записки, 2003, №4. – [http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003\\_4\\_52.html](http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003_4_52.html)
12. Капелюшников Р., 2009. Конец российской модели рынка труда? – <http://www.polit.ru/article/2009/04/23/kapelushnikov/>.
13. Классовое общество: теория и эмпирические реали / под ред.С.Макеева / О.Куценко, С.Оксамитна, Е.Симончук та ін.. – Киев: Ин-т социологии НАНУ, 2003.
14. Коллінз, Р., 2011. Знецінення дипломів та майбутнє університетів. – <http://commons.com.ua/archives/11129>.
15. Куценко О. Возвращение классов? Теоретические перспективы классового анализа постсоветского трансформационного процесса // Социология: теория, методология, маркетинг. Киев, 2000, №1. – С. 5-13.
16. Куценко О. Соціальні класи і політична мобілізація (порівняльний аналіз європейських країн крізь призму трьох типів класових розколіїв) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг / Науково-теоретичний часопис. – Липень-вересень. – № 3. – 2012. – С.3-27.
17. Куценко О.Д. Общество неравных: Классовый анализ неравенств в современном обществе: опыты западной социологии. – Харьков: Изд-во Харьковского нац. Университета, 2000.
18. Лейн Д. Трансформация государственного социализма: системные изменения или классовая революция? // Посткоммунистические трансформации: векторы, направления, содержание / Под ред. О.Д.Куценко, С.С.Бабенко. – Харьков: Изд-во Харьковского национального университета, 2004.

19. Макеев С.А. Классовый анализ в современной социологии // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001, №3. – С.5-22.
20. Оксамитна С.М. Динаміка соціальної структури та соціальної мобільності 1993-2003 // Українське суспільство 2003. Соціологічний моніторинг. За ред. д. ек. н. В.М. Ворони, д. соц. н. М.О. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2003. – с.303-313.
21. Оксамитная С.Н. Концепция классов Дж. Голдторпа: опыт применения в Украине // Классовое общество: теория и эмпирические реали / под ред. С.Макеева. Киев: Ин-т социологии НАНУ, 2003. Гл.2. С.82-115.
22. Оксамитная С.Н. Социально-классовые основы образовательного неравенства в Украине // Социология: теория, методы, маркетинг, №3, 2006. С.116-136.
23. Основні показники ринку праці (річні дані) \ Державна служба статистики України. К., 2012. – <http://www.ukrstat.gov.ua>
24. Райт Е.О. Клас має значення // Спільне. Журнал соціальної критики. – К., грудень 2012. – <http://commons.com.ua/klas-maye-znachennya/>
25. Сакс П. Классовое неравенство: фикция эгалитарного общества // Социология образования. – 2005. – № 5.
26. Симончук Е. В. // Украинское общество в европейской перспективе / Под ред. Е.И.Головахи, С.А.Макеева. Киев: ИС НАНУ, 2007. С. 56-75.
27. Симончук Е.В. Классовые структуры в сравнительной перспективе // Украинское общество в европейской перспективе / Под ред. Е.И.Головахи, С.А.Макеева. Киев: ИС НАНУ, 2007. С.33-104.
28. Симончук Е.В. Рабочий класс в Украине: хроника потерь // Социология: теория, методы, маркетинг. 2005, № 4. С.5-25.
29. Симончук О. Класова дія: тенденції формування соціальних класів в Україні // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2011, №4. С.50-94.
30. Симончук О. Динаміка соціально-класової структури у пострадянській Україні / О. Симончук // Українське суспільство. Двадцять років незалежності. Соціологічний моніторинг. – Т. 1. Аналітичні матеріали / За ред. В. Ворони, М. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2011. – С. 68–83.
31. Терборн Г. Возвращение класса // Глобальный диалог \ Бюллетень Международной социологической ассоциации, сентябрь 2011, 2(1). – С.3-5.
32. Фестер М. Социальные милье, классы и стили жизни в Западной Германии // Социальное неравенство. Изменения в социальной структуре: европейская перспектива / Под ред.В.Воронкова. СПбЖ "Алтейя", 2008. С.25-44.
33. Шкаратан О., Ястребов Г. Российское неозакратическое общество и его стратификация / препринт WP7/2008/02. Серия WP7. Теория и практика общественного выбора. – ГУ ВШЭ, 2008.
34. Bourdieu P., Passeron J.C. Reproduction in Education, Society and Culture. London: Sage, 1970.  
Class and Cultural Division in the UK // Sociology. – 2008, Vol.42;
35. Kupets O., Vakhitov V., Babenko S. Ukraine Case Study: Jobs and Demographic Change. Background Paper for World Development Report 2013 – [[http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1320956712276/8261091-1348683883703/WDR2013\\_bp\\_Jobs\\_And\\_Demographic\\_Change.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1320956712276/8261091-1348683883703/WDR2013_bp_Jobs_And_Demographic_Change.pdf)].
36. Policies and regulations to combat precarious employment. International Labour Organization, 2011.
37. The Global Slavery Index 2013. \ Walk Free Foundation 2013.
38. Savage M., Devine F. etc. A New Model of Social Class? Finding from the BBC's Great British Class Survey Experiment // Sociology. Journal of British Sociological Association. SAGE, 47^ 219, 2013. – Pp.220-250.
39. Wright E.O. Class Counts. Comparative Studies in Class Analysis. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

Надійшла до редакції 26.08.14

O. Kutsenko, Dr.Sc, Professor  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

### SOCIAL CLASSES: SOCIOLOGICAL INTERPRETATIONS AND APPROACHES TO STUDY

*It is defined the modern using in Sociology of a concept 'social class' within three main its interpretation. First, 'class' as a nominal concept marking an outcome of an analytical differentiation of individuals on the certain criteria. Second, 'class' as a concept interpreting the subjective individual identities. Third, it is a concept explaining the social relationships of domination and appropriation of social goods. The 'relational' definition of social classes consist the modern Marxian, Weberian and the cultural-oriented theories. The author defines and analyses the heuristic principles of these theories in study of class inequalities. On the empirical databases and within the different theoretical approaches the important manifestations of class structures are outlined. The heuristic limits in application of the approaches to class analyses are generalized. The empirical cases illustrate different manifestations of class structures in contemporary societies. The significant research findings received by Ukrainian sociologists in development of class analyses as well as its application to study of Ukrainian society are singled out.*

**Key words:** social class, class structure, exploitation, life chances, market position, labor situation, service situation, proletariat, precariat, cultural capital.

O. Куценко, д-р социол. наук, проф.  
Киевский национальный университет Тараса Шевченко, Киев, Украина

### СОЦИАЛЬНЫЕ КЛАССЫ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ И ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ

*Определяется современное применение понятия социального класса в социологии в трех его основных интерпретациях: как номинальной категории для обозначения результата аналитического различения индивидов по определенным критериям; как понятия, которое интерпретирует субъективно определяемые идентичности индивидов, и как понятия, которое объясняет социальные отношения господства и присвоения общественных благ. Среди «реляционного» определения социальных классов различаются современные марксистская, Веберовская и культурориентированная (бурдуанская) концепции; анализируются и определяются их познавательные принципы в исследовании классово обусловленных неравенств в обществах. На основе эмпирических исследований украинского общества описываются важные проявления классовых структур, определенных согласно разным подходам. Обобщаются познавательные ограничения в применении подходов. На эмпирических примерах иллюстрируются проявления различных видов классовых структур в современных обществах. Определяются научные достижения украинских социологов в развитии классового анализа, в исследовании классовых структур и их влияния на общественные процессы.*

**Ключевые слова:** социальный класс, классовая структура, эксплуатация, жизненные шансы, рыночная позиция, трудовая ситуация, служебная ситуация, пролетариат, прекариат, культурный капитал.

## ПЕРЕКЛАДИ

Дірк Хелбінг, проф.  
Федеральна вища технічна школа, Цюрих (ETH Zurich), Швейцарія

### ПЛЮРАЛІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ СКЛАДНИХ СИСТЕМ<sup>1</sup>

*Моделювання складних систем, таких як соціологічні або соціально-економічні – може бути дуже важким завданням. Хоча існують різноманітні підходи до моделювання, вони, як правило, не сумісні і неузгоджені між собою, а емпіричні дані часто не дозволяють визначити, яка модель буде правильною, найкращою чи найбільш відповідною в конкретному випадку. Більше того, нещодавня фінансова та економічна криза показали, що покладаються лише на єдину ідеалізовану модель може бути дуже дорогим рішенням.*

*Дана стаття намагається «пролити нове світло» на проблеми, які виникають при моделюванні складних систем. В той час як певні рішення можуть бути використані в різних системах, відповідні наукові проблеми проілюстровані для соціальних, економічних та транспортних систем. В статті зроблено огляд спроб подолати деякі непорозуміння та суперечки минулого. В той же час, огляд висвітлює давні наукові питання, які можуть бути розв'язані з врахуванням нелінійних моделей багатфакторних агентів з просторово-часовою взаємодією. В результаті аналізу можна зробити висновок, що зміна парадигми на плюралістичну або підхід ймовірного моделювання, який об'єднує кілька світоглядів, є дещо запізнілим. В зв'язку з цим доводиться, що буде корисним поєднання різних підходів, які забезпечать хороше відображення реальності, хоча вони і можуть бути несумісними. Нарешті, визначається, що може бути зоною для конструктивної співпраці між соціально-економічними, природничими та технічними науками.*

*Ключові слова: моделювання, складні системи, нелінійні моделі.*

#### Вступ

Коли "батько соціології", Огюст Конт, висунув ідею "соціальної фізики", він сподівався, що задачі соціальних систем можуть бути розв'язані методами, які використовують природничі науки [1]. Проте, рух цьому напрямку був дуже складним і повільним. Сьогодні більшість соціологів більше не вірять в його позитивістський підхід. Питання в тому, чи це доводить хибність позитивістського підходу, чи просто демонструє, що соціологи досі не використовували правильні методи. Зрештою, соціологи нечасто мають досвід роботи в природничих науках, в той час як позитивістський підхід був найбільш успішним в таких областях, як фізика, хімія та біологія.

Річ у тім, що останнім часом швидко розвиваються та поширюються різні наукові товариства. Самі себе вони називають соціальними фізиками, математичними соціологами, фахівцями з соціальних обчислень, спеціалістами з багатоагентного моделювання, комплексності або мереж. Дослідники соціальних, комп'ютерних наук, фізики, біології, математики та штучного інтелекту вирішують задачі соціальних та економічних систем з використанням математичного та комп'ютерного моделювання, лабораторних і веб-експериментів. Чи буде логічним завершенням їх досліджень зміна поглядів, зважаючи на складність соціальних та економічних систем, або вони намагатимуться "просунути" наші знання та уявлення про соціальні системи набагато далі, ніж це здавалось можливим ще десятиріччя тому? Чи стане реальністю бажання Огюста Конта зробити соціологію "королевою наук" [2]?

На мій власний погляд, розвивати математичні моделі соціальних систем справа менш безнадійна, ніж зазвичай думають більшість соціологів, але це складніше, ніж уявляють більшість фахівців з природничих наук. Критичним є питання – як може бути досягнутий суттєвий прогрес в такій складній і багатогранній сфері, як суспільні науки, та як можуть бути подолані поточні перепони? Зрештою, які вони, ці перепони? Дана стаття намагається зробити суперечливі питання більш зрозумілими для наукових спільнот з різними підходами та походженнями. Хоча кожен з акцентів може бути добре відомий окремим вченим, деякі з них, ймовірно, не такі очевидні для інших. Поєднуючи їх різними чином, ця стаття намагається створити міст між різними дисциплінами, що зацікавлені в схожих темах, та зробити думки зрозумілими для наукових спільнот з різними точками зору.

Діалог між соціальними, природничими та економічними науками є бажаним не лише для інтелектуального

обміну в області фундаментальних наукових питань. Він також потрібен тоді, коли наука не встигає за темпами розвитку соціоекономічних проблем, що виникають, і фахівцям потрібно стати більш ефективними для вирішення практичних задач [3]. Президент авторитетного у Нью-Йорку Колумбійського університету Лі С. Боллінджер сформулював проблему таким чином:

"Сили, що впливають на спільноти в усьому світі... є потужними і новими. Поширення глобальних ринкових систем...які... змінюють наш світ... , піднімають серйозні питання. Ці питання вимагають певних видів аналізу і розуміння, яке однозначно здатні забезпечити академічні інститути. Занадто багато невдач політики є принциповими невдачами у рівні знань" [4].

Фундаментальні та практичні наукові проблеми вимагають від нас робити все можливе, щоб знайти рішення, і не здаватися аж до того моменту, коли помилковість або межі можливостей наукового підходу стають очевидні. Як буде показано в цьому огляді і, різні методи слід розглядати як доповнення один одного і, навіть коли вони суперечливі, використання їх разом може дати краще уявлення про явище, ніж будь-який одиничний метод, яким би потужним він не здавався.

#### Конкретні труднощі в моделюванні соціоекономічних систем

Говорячи про соціально-економічні системи, ми можемо мати на увазі що завгодно – від сімей, великих соціальних груп або компаній, до країн, ринків, або світової економіки, включаючи фінансову систему та ринок праці. Системоутворюючими компонентами будуть особи, групи, або, наприклад, компанії – вибір залежить від системи, що розглядається, та рівня опису, який цікавить дослідника.

На макроскопічному (системному) рівні соціально-економічні системи мають деякі особливості, які здаються схожими на властивості певних фізичних або біологічних систем. Одним із прикладів є ієрархічна організація. В соціальній системі індивідууми формують групи, які утворюють організації, компанії, і т.д., які, в свою чергу, складають держави, а ці держави об'єднуються у співтовариства держав (як США або Європейський Союз, наприклад). У фізиці елементарні частинки формують атоми, які створюють молекули, котрі можуть утворювати тверді тіла, рідини або гази, які разом складають нашу планету, яка, в свою чергу, належить до Сонячної системи і Галактики. У біології, клітини складаються з органел, вони утворюють тканини і органи,

які є складовими частинами живих істот, які, в свою чергу, складають екосистеми.

Такі аналогії безперечно цікаві і вже розглядалися, наприклад, Гербертом Спенсером [5], та пізніше у теорії систем [6]. Проте, не так очевидно, наскільки багато ми можемо дізнатись, досліджуючи їх. Тоді як фізичні системи зазвичай добре зрозумілі завдяки математичним моделям, з біологічними та соціально-економічними ситуація зазвичай зворотня. Це часто надихає фізиків переводити їх моделі у площину біологічних та соціоекономічних задач (детальніше можна ознайомитись в розділі "Моделі з деякими особливостями"...), у той час як біологи, соціологи та економісти часто вважають такі спроби "фізикалістичними" та неадекватними. Насправді, соціальні та економічні системи мають ряд властивостей, які відрізняють їх від більшості фізичних:

1) число змінних, як правило, (набагато) більше (враховуючи, що кожен людський мозок містить близько 1000 мільярдів нейронів);

2) відповідні змінні і параметри часто невідомі і важко вимірювані (існування "невідомих невідомих" є типовим);

3) шкали часу, на яких змінні еволюціонують, часто не повністю відокремлені одна від одної;

4) статистична варіація вимірювань значна і прихована законами соціальної поведінки там, де вони існують (якщо вони взагалі існують);

5) часто відсутній набір еквівалентних систем, а є лише одна реалізація (історія однієї людини);

6) емпіричні дослідження обмежені технічними, фінансовими та етичними питаннями;

7) важко або навіть неможливо розділити систему на прості, незв'язані підсистеми, які можуть бути вивчені окремо;

8) спостерігач бере участь в системі і цим змінює соціальну реальність;

9) нелінійна і/або мережева залежність багатьох змінних призводить до складної динаміки структур, а іноді і до парадоксальних ефектів;

10) ефекти взаємодії часто сильні, а явища, які виникають, зустрічаються одразу в багатьох різних елементах системи (наслідок – складно зрозуміти, як шляхом вимірювань і аналізу виділити окремі елементи системи);

11) такі фактори, як велика міра випадковості і неоднорідність, пам'ять, очікування, прийняття рішень, спілкування, свідомість, актуальність намірів і особисті інтерпретації суттєво ускладнюють аналіз і моделювання;

12) те ж саме відноситься до людських функцій – таких як емоції, творчість і інновації;

13) вплив інформації часто є більш вирішальним для поведінки соціально-економічної системи, ніж фізичні аспекти (енергія, матерія) або наша біологічна спадщина;

14) "правила гри" і взаємодії в соціальній чи економічній системі можуть змінюватися з плином часу, на відміну від властивостей фундаментальних законів і сил у фізиці;

15) зокрема, соціальні системи знаходяться під впливом нормативів та моральних питань, які є змінними.

З цих причин, соціальні системи є, зазвичай, складнішими ніж фізичні системи. Вони є найбільш складними системами серед тих, які ми знаємо. Як наслідок, значна частина соціологів вважає, що математичні моделі для соціальних систем приречені на поразку, а більшість економістів і кількісно орієнтованих соціологів, здається, що вірять в моделі з багатьма змінними. Обидва підходи суттєво відрізняються від простих моделей, що містять лише кілька змінних, які, зазвичай, пропонують фізики. Отже, хто ж правий?

Я вважаю, що це неправильне питання. Тому ми будемо аналізувати, чому різні вчені, які мають справу з одним і тим же предметом дослідження, приходять до таких драматично різних висновків.

Зрозуміло, що ця ситуація має деякі небажані побічні ефекти: вчені, які застосовують різні підходи, часто не спілкуються один з одним, не навчаються один у одного, і, ймовірно, часто відхиляють документи та проекти один одного. Тому так важливо зробити підхід кожної школи зрозумілим для інших.

#### Підходи в моделюванні

**Якісний опис:** багато фахівців суспільних наук вважають, що п'ятнадцять задач, які були перераховані вище, настільки серйозні, що безнадійно підходити з математичними моделями до соціальних систем. Поширеним є погляд, що всі моделі хибні. В результаті, поширення отримав підхід "створити оповідання", тобто дати якісний (не математичний і не алгоритмічний) опис реальності, котрий є деталізованим настільки, наскільки можливо. Це можна порівняти з живописом натуралістів. Розповіді важливі, оскільки вони збирають емпіричні докази та створюють базу знань, яка рано чи пізно необхідна для моделювання. Для створення хорошої моделі, потрібно неодноразово повертатись до осмислення досліджуваної системи. І першим та дуже суттєвим кроком на цьому шляху є створення опису, який дозволить розібратися у тому, що відбувається в системі. Цей крок очевидно є незмінним. Тим не менш, цей підхід іноді критикують з таких причин:

- Спостереження, опис та інтерпретацію важко відокремити один від одного, бо вони, як правило, здійснюються однією і тою ж головою (одного вченого). Оскільки ці процеси сильно пов'язані, спостерігачу важко або навіть неможливо дати об'єктивний опис системи на цьому рівні деталізації. Тому, різні вчені можуть аналізувати та інтерпретувати систему різними суб'єктивними способами. Те, що є важливим аспектом для одного спостерігача, інший може вважати несуттєвою деталлю, або навіть не помітити. У німецькій мові є приказка: "за деревами не видно лісу", тобто дані можуть приховувати ширшу картину або основні механізми. У природничих науках ця проблема була частково подолана шляхом розділення спостережень, опису та інтерпретації на різні процеси: вимірювання, статистичний аналіз та спроби моделювання. Багато з цих кроків здійснюються за підтримки технічних інструментів, комп'ютерів та програмних засобів для скорочення окремих елементів і зниження суб'єктивного впливу. Очевидно, цей метод нелегко застосувати у вивченні соціальної системи, бо окремі особи і суб'єктивні інтерпретації сильно впливають на загальну систему.

- Незважаючи на рівень деталізації, розповідь найчастіше не підходить для перекладу в ту комп'ютерну програму, яка б відтворила явища, зображені в ній. Коли вчені намагаються зробити так, у багатьох випадках виявляється, що описи неоднозначні, тобто недостатньо докладні, щоб створити унікальну комп'ютерну модель, яка б відтворювала спостережуваний феномен. В результаті різні програмісти створюють різні комп'ютерні моделі і отримують різні результати. Таким чином, Джошуа Епштейн стверджує: "Якщо ви не "виросували", то не можете пояснити" [7] (де "виросувати" вживається у значенні "змодельовати за допомогою комп'ютера"). Наприклад, якщо елементи системи взаємодіють нелінійним чином, тобто ефекти не пов'язані з причиною, є багато різних можливостей для специфікування нелінійності: це парабола, експонентна залежність, квадратний корінь, логарифм, степінь...? А коли система показує частково випадкову поведінку, це краще описати адити-

вними чи мультиплікативним шумом, внутрішнім чи зовнішнім? Це поведінка хаотична, турбулентна чи елементи системи просто гетерогенні? Це може бути навіть поєднання декількох варіантів. Які відмінності в поведінці моделі спричиняють ці різні можливості?

**Деталізовані моделі:** у деяких областях обчислювальних соціальних наук та економіки поширеною практикою є розробка комп'ютерних моделей, які охоплюють настільки багато деталей, наскільки це можливо. Такі моделі намагаються реалізувати всі відомі властивості досліджуваної системи. В ідеальному випадку, це властивості, які неодноразово спостерігалися в незалежних дослідженнях цієї системи, переважно в різних частинах світу. Вони у певному сенсі, відповідають спільним елементам багатьох "оповідань". І дослідники припускають, що ці властивості взагалі є характерними для таких системи, а не тільки спостерігалися в одному, потенційно дуже специфічному, випадку окремої системи.

Незважаючи на логічність такого переходу, існує і критика цього підходу:

- У випадку багатьох змінних, важко вказати їх взаємозалежність в правильному напрямку. (тільки згадайте, як багато різних можливостей для визначення нелінійної взаємодії та випадковості в системі)

- Деякі моделі, що містять багато змінних, можуть мати велике різноманіття різних розв'язків, які сильно залежать від початкових та граничних умов, або від історії системи. Це особливо стосується моделей, що проявляють нелінійні взаємодії, які мають кілька стаціонарних або нестационарних (наприклад, періодичні або неперіодичні коливання) розв'язків, або можуть навіть проявляти хаотичну поведінку. Таким чином, в залежності від вибору параметрів і початкових умов, така модель може показати будь-яку поведінку. Можна подумати, що така модель буде гнучкою моделлю світу, проте насправді це буде лише "адаптована" модель (тут мається на увазі, що ця модель буде демонструвати відомі властивості системи певним чином, але не буде відтворювати всі властивості системи – примітки перекладача). Більше того, вона, ймовірно, буде не дуже корисною для дослідження і розуміння механізмів, що лежать в основі поведінки системи. Як зазначив Джон фон Нейман: "Знаючи чотири параметри, я можу змоделювати слона, а знаючи п'ять, я можу змусити його махати хоботом", маючи на увазі, що модель з багатьма параметрами може змоделювати багато чого, але нічого не зможе пояснити.

- Коли є багато змінних, то важливо визначити, які з них незалежні одна від одної, а які ні. Якщо змінні взаємно залежні, то вплив одного ефекту легко може враховуватися двічі в одній моделі, що може призвести до упереджених результатів. Залежність між змінними може також спричинити серйозні проблеми в процесі вибору параметрів. Ця проблема відома, наприклад, для систем лінійних рівнянь, що містять колінеарні змінні.

- Модель з багатьма змінними, особливо нелінійна, може бути чутливою до конкретних уточнень параметрів, початкових або крайових умов, або до незначного впливу випадковості. Явища, подібні до гістерезису (залежність від історії) [9], фазових переходів [10] або "катастроф" [11], хаосу [12] та індуктованих шумом переходів [13] чітко це ілюструють.

- Параметри, початкові і граничні умови моделі з багатьма змінними важко калібрувати. Якщо доступний набір даних малий (або відсутній), то модель буде визначена занадто жорстко. А інші дані будуть оцінюватися на основі "експертних знань", інтуїції або емпіричних правил, але через чутливість моделі до цих даних, результати можуть бути вельми оманливим. Моделю-

вання багатьох сценаріїв, залежно від різних значень параметрів, може частково подолати проблему. Зокрема, такий підхід дає уявлення про можливі мінливості системної поведінки. Проте, в результаті, мінливість може бути досить великою. Крім того, коли модель містить безліч параметрів, повне дослідження простору їх допустимих значень, зазвичай, не можливе навіть з суперкомп'ютером.

- У моделях з багатьма змінними, часто важко визначити конкретний механізм, що зумовлює певне явище чи поведінку системи. Більшість змінних можуть не мати до нього ніякого відношення. Проте, для того, щоб зрозуміти явище, важливо визначити і змінні, і суттєві взаємодії (тобто взаємозалежності між змінними).

**Прості моделі:** прості моделі намагаються уникати (деяких) проблем детальних моделей, обмежуючи себе мінімальним числом змінних, необхідних для відтворення певного ефекту, явища чи поведінки системи. Вони націлені на краще розуміння так званих "стилізованих фактів", тобто спрощені, більш абстрактні або наближені до "ідеального типу" спостереження ("сутності"). Наприклад, у той час як докладний опис вимагає приділяти багато уваги конкретному змісту соціальним нормам або думкам і тому, як саме вони змінюються з часом, відповідно до культурного середовища, прості моделі абстрагуються від змісту соціальних норм і думок. Вони намагаються сформулювати загальні правила про те, як соціальні норми склалися і як змінилися думки, незалежно від їх змісту, з метою зрозуміти, чому ці процеси є історико-залежними ("гістерезис"), і яким чином вони залежать від мікроскопічних і макроскопічних впливів.

Очевидно, що прості моделі не описують (і навіть не намагаються описувати) всі деталі системи, що розглядається, тому іноді їх називають мінімальними або ігноруючими моделями. Підхід може бути представлений кількома цитатами. "Принцип KISS" – при побудові моделі вимагає "зберегти її простою і прямолінійною" [14]. Цей підхід також відомий як Бритва Оккама, або принцип ощадливості. Як казав Альберт Ейнштейн: "Зробіть все так просто, як це можливо, але не простіше" [15].

Явна перевага простих моделей в тому, що вони можуть полегшити аналітичну обробку і привести до кращого розуміння явища. Крім того, можна легко розширити прості моделі таким чином, щоб можна було зважати на гетерогенність компонентів системи. Це підтримує дослідження впливу особистості і створення простих "екологічних моделей" для соціально-економічних систем. Проте, Джордж Бокс висловився: "По суті, всі моделі є неправильними, хоча деякі з них корисні" [16].

Останній абзац стосується важливого моменту. Вибір моделі і ступінь її деталізації повинні залежати від мети моделі, тобто спектру застосування. Наприклад, є широкий вибір моделей для симуляції та моделювання руху автошляхів. Найбільш помітні класи моделей: "мікроскопічні" моделі з автомобілями, які прямують один за одним, з акцентом на взаємодію поодиноких транспортних засобів; "мезоскопічні" газокінетичні моделі, що описують зміну розподілу швидкостей автомобілів в просторі та часі; "макроскопічні" рідинно-динамічні моделі, що обмежують самі зміни середньої швидкості і щільності транспортних засобів; клітинні автомати, які спрощують мікроскопічні моделі з урахуванням швидкості симуляції. Кожен тип моделі має деякі області застосування. "Макроскопічні" моделі і моделі з використанням клітинних автоматів, наприклад, застосовують для великомасштабного моделювання трафіку, щоб визначати ситуацію з рухом на автостраді і виконувати короткострокові прогнози, в той час як "мікроскопічні"

використовуються для вивчення взаємодії транспортних засобів та розробки систем допомоги водієві. Для деяких з цих моделей також відомо як вони математично пов'язані одна з одною, тобто макроскопічні моделі можуть бути отримані з мікроскопічних певними видами спрощень (наближень) [17-18].

Основна мета моделі полягає в спрямуванні людської думки. Таким чином, моделі можна порівняти з міськими картами. Очевидно, що карти спрощують факти, в іншому випадку вони були б досить заплутаними. Ми не хочемо побачити кожну деталь (наприклад, кожне дерево) на карті, скоріше ми очікуємо, що карта покаже ті факти, в яких ми зацікавлені. І, залежно від мети, є абсолютно різні карти (що показують вулиці, цікаві місця, рельєф, мережі водопостачання, промислове виробництво, видобуток природних ресурсів, тощо)

Одне з поширених застосувань моделей – прогнозування, яке в основному (помилково) розуміють як "прогноз", хоча як правило це "виявлення наслідків того, що у системі, за певних умов, є очікувана поведінка". Зрозуміло, що на відміну від руху планети навколо Сонця, поведінку індивіда навряд чи можна спрогнозувати. Тим не менш, є певні тенденції або ймовірності робити певні речі, і ми, як правило, маємо свої гіпотези про те, що саме друзі, колеги, або наші члени родини будуть робити в певних ситуаціях.

Більше того, виявляється, що коли багато людей взаємодіють, їх сукупна поведінка іноді може бути цілком передбачуваною. Наприклад, "мудрість натовпу" заснована на статистичному законі великих чисел [19], згідно з яким індивідуальні варіації (тут: незалежна оцінка фактів) усереднюються.

Крім того, взаємодія між багатьма особами, як правило, обмежує ступінь свободи щодо того, що кожна людина може або буде робити. Це те, чому концепція "соціальні норми" є настільки важливою. Іншим прикладом є поведінка водія, яка визначається оточуючими транспортними засобами. В цьому випадку, динаміка руху потоку може бути математично дуже добре зрозуміла [18, 20]. Тим не менше, ніхто не може точно спрогнозувати той момент, у який вільний рух транспорту перетвориться на затори, а отже, не можна прогнозувати час, який буде затрачений на поїздку, достатньо добре. Причиною цього є залежна від історії динаміка, яка робить результат залежним від випадкових ефектів, а саме від розміру збурень у потоці руху. Однак є те, що може бути передбачене – це можливі стани руху і умови, за яких вони можуть виникнути. Можна також визначити ймовірність зупинки транспортних потоків, за певних умов, і це може допомогти оцінити час подорожі в вільному чи переповненому потоці, за рахунок вимірювання впливів. Деталь, яка не може бути прогнозована точно – це момент, в який відбудеться переключення режиму з вільного на перевантажений режим у транспортному потоці, але ця деталь спричиняє значний вплив на систему. Вона може визначити, триватиме подорож 5 хвилин чи 40.

Тим не менш, важливо підкреслити, що на відміну від частих заяв, мета розробки моделей – це не тільки прогнозування. Джошуа Епштейн, наприклад, обговорює 16 інших причини для створення моделей, у тому числі пояснення, які будуть направляти збір даних, виявлення динамічних аналогій, відкриття нових питань, висвітлення ядра невизначеності, демонстрацію компромісів, навчання практиків та підтримка прийняття рішень, особливо в кризових ситуаціях [21].

Звичайно, не всі ставляться прихильно до простих моделей, і типова критика така:

- Як правило, легко знайти емпіричний доказ, що не є сумісним з простою моделлю (хоча, для справедливої

оцінки, треба розглянути ціль, з якою дану модель було створено). Тобто можна сказати, що прості моделі, зазвичай, сильно спрощують систему і залишають поза увагою більш-менш важливі факти. З цієї причини, вони можуть розглядатися як недостатні для опису системи, що розглядається.

- Саме через це спрощення, може бути небезпечно приймати рішення, ґрунтуючись на застосуванні простої моделі.

- Може бути важко виділити саме ті кілька відповідних змінних і параметрів, які повинна враховувати проста модель. Думки вчених можуть розходитись навіть стосовно формулювання фактів, що використовуються в моделі

- Прості моделі, як правило, відтворюють тільки кілька стилізованих фактів і часто не в змозі послідовно відтворювати велику кількість спостережень. Більша картина і системний погляд може загубитися. Створення простих моделей, сумісних з довгим списком стилізованих фактів, часто вимагає поліпшити або розширити модель додатковими елементами або залежностями між ними. Зрештою, цей процес поліпшення закінчується деталізацією моделей, залишаючи дослідника з проблемами, зазначеними у відповідному розділі.

- Деякі властивості і поведінка соціально-економічних систем не може бути зрозуміла при використанні методів, які були успішні в фізиці: розгляд системи як сукупності підсистем, аналіз і моделювання цих підсистем, а потім зведення їх разом можуть не призвести до правильного опису системи в цілому. Наприклад, кілька ефектів можуть діяти паралельно і мати таку відповідність і значимість впливу, які неможливо розділити. Це робить важким або навіть неможливим починати з нульового або першого порядку наближення і покращувати модель, додаючи нові члени (як це зроблено, наприклад, при падінні тіла – воно описується ефектом гравітаційного прискорення плюс ефект опору повітря). Узгальнюючі математичні терміни, що описують різні ефекти, можуть не сходитись. Також не ясно, чи можна складні системи зрозуміти за допомогою простих принципів, як це передбачається при використанні інструментів науки про комплексність. Деякі складні системи можуть вимагати складних моделей для їх пояснення, і ці моделі можуть включати в себе явища, складніших яких не піддається спрощенню. Прикладом такого випадку є турбулентність [22]. Це вже давно описана і нерозв'язана наукова проблема, що розглядалась видатними вченими, але й досі не була пояснена до кінця.

Слід однак додати, що ми не знаємо сьогодні, чи є останній пункт актуальним, а також наскільки він актуальний і у яких випадках. Це поточна проблема, яку потрібно мати на увазі. Дане питання обмежує сферу, в якій класичне моделювання буде успішним, але ми, звичайно, ще не досягли цих меж.

**Моделювання складних систем:** моделювання соціально-економічних систем менш безнадійна справа, ніж думають [23] більшість фахівців з суспільних. В останні роки був досягнутий значний прогрес в різних областях, що стосуються цієї царини:

- Експериментальні дослідження [24-26]
- Інтелектуальний аналіз даних [27]
- Мережева наука [28]
- Агентно-орієнтоване моделювання [7, 29]
- Теорія складних систем (включаючи поняття подібності, феномен самоорганізації та хаос) [31]
- Теорія фазових переходів [10] ("катастрофи") [11], надкритичні стани [32], екстремальні події [33], та
- Проектування інтелектуальних систем [34-35]

Досягнення в цих галузях значно розширили наше розуміння складних систем. В зв'язку з цим ми повинні знати,



що термін "складність" використовується в різних значеннях. Тому ми будемо розрізняти три види складності:

- Структурну
- Динамічну, та
- Функціональну складність

Можна також додати алгоритмічну складність, що з'являється при потребі вирішити конкретні задачі за певний час. Наприклад, питання оптимізації логістичних або транспортних операцій сигналу є алгоритмічно складними.

Лінійні моделі не вважаються складними незалежно від того, скільки компонентів в них міститься. Прикладом структурної складності є автомобіль або літак. Вони побудовані таким чином, що динамічно більш-менш визначені і добре керовані, тобто динамічно прості, вони також виконують відносно прості функції (рух від місця розташування А в інше місце Б). Хоча прискорення автомобіля або періодичне коливання складними незалежно простої динаміки, прикладом складної динамічної поведінки є неперіодичні зміни, детермінований хаос, або поведінка системи залежить від історії (передумов/тих подій, які відбулися до досліджуваного моменту). Комплекс динамік вже може бути отриманий з простого набору пов'язаних між собою нелінійних рівнянь. У той час як рух планети, яка обертається навколо Сонця, відповідає простій динаміці, взаємодія трьох небесних тіл може демонструвати вже хаотичну динаміку. Екосистеми людського тіла або мозку – функціонально складні системи. Те ж саме буде правильним і для всесвітньої павутини, фінансових ринків, або діяльності країни чи багатонаціональної компанії.

Хоча взаємозв'язок між функцією, формою і динамікою був і залишається важливою науковою проблемою, у розумінні структурно і динамічно складних систем був досягнутий значний прогрес. Прості моделі на основі агентного підходу з великим числом взаємодіючих елементів системи (наприклад, частинки, автомобілі, пішоходи, особи або компанії) виявляють властивості, які нагадують соціально-економічні системи. Якщо припустити, що такі елементи можуть взаємно адаптуватися один до одного через нелінійну або мережеву взаємодію (тобто елементи знаходяться під впливом їх оточення і змінюють його самі), можна знайти різноманітну, залежну від історії поведінку системи, яка часто є нелогічною, навряд чи передбачуваною, і, здавалося б, некеруваною. Ці моделі кинули виклик звичному нам способу мислення і допомагають зрозуміти поведінку складних систем, яка досі є нічним кошмаром для осіб, що приймають рішення.

Наприклад, складні системи часто не реагують на спроби контролю, хоча у той час, коли система знаходиться поруч з "критичними точками" (також відомими як "переломні пункти"), такі спроби можуть спричинити раптовий (а часто несподіваний) фазовий перехід (так звані "переключення режиму"). Вони пов'язані з розривною зміною поведінки системи. Збій у вільному русі транспортного потоку – це приклад системної кризи без суттєвих наслідків, у той час як системна криза (наприклад, фінансовий крах або революція) може бути більш драматичною. Такі системні кризи часто поширюються каскадно, завдяки мережевій взаємодії [37]. Таким чином, складні адаптивні системи дозволяють зрозуміти екстремальні явища як результат сильних взаємодій в системі (а не як наслідок зовнішніх потрясінь). Крім того, взаємодія багатьох елементів системи може спричинити цікаві феномени самоорганізації та виникнення властивостей, які не можуть бути пояснені поведінкою поодиноких елементів чи їх поєднанням. Типовими прикладами є колективні структури руху в натовпі пішоходів, що іноді називають "інтелекту рою" [38].

Враховуючи це, можна припустити, що багато головоломок в області соціальних наук в один прекрасний день можуть бути пояснені простою моделлю, а саме, як виникають явища в результаті взаємодій багатьох окремих осіб та/або елементів іншої системи. Важливо відзначити, що ці явища не можуть бути пояснені лінійними моделями (які найбільш поширені в багатьох областях кількісних емпіричних досліджень в соціальних науках та економіці).

На жаль, не існує стандартного способу створити моделі системних явищ. З одного боку, є багато можливих видів нелінійних функціональних залежностей ("взаємодії") (див. кінець розділу "якісні описи"). З іншого боку, модельні припущення, що здаються правдоподібними, часто не дають бажаних результатів та очікуваного ефекту.

Незважаючи на ці труднощі і беручи до уваги залежні від часу зміни, нелінійні поєднання змінних, просторові або мережеві взаємодії, випадковість, та/або кореляційність (на ці інструменти в багатьох соціальних та економічних моделях в даний час не зважають в необхідному обсязі) іноді можуть дати неочікувані рішення давніх задач. Наприклад, виявляється, моделі репрезентативного агента (які є поширеними в економіці) можуть бути вельми оманливими, оскільки ті ж самі види взаємодії між компонентами системи можуть мати на увазі абсолютно різні і навіть протилежні висновки, коли взаємодії відбуваються в соціально-економічній мережі, а не з середніми (або випадковими вибраними) партнерами взаємодії [39]. Внаслідок цього, моделі часто продукують нелогічні результати тоді, коли просторово-часові або мережеві взаємодії актуальні. Проста нелінійна модель може пояснити явища, які складні лінійні моделі не в змозі відтворити. Насправді, це зазвичай відноситься до систем, які можуть продемонструвати кілька можливих станів (тобто систем, які не мають лише одну стійку рівновагу). Моделі з можливими рівновагами також необхідні для опису системних криз, наприклад, таких як нинішня фінансова криза [37].

#### **Проблеми соціо-економічного моделювання**

Багато людей до і після Поппера думали про логіку наукового відкриття [40]. Досить поширеною є думка, що хороша модель повинна бути застосовною для вимірювання багатьох систем певного виду, зокрема до вимірів в різних частинах світу. Чим більше спостережень модель може пояснити і чим менше параметрів вона містить, тим кращою вона, як правило, вважається.

Моделі з кількома параметрами часто можна простіше калібрувати, і причинно-наслідкові зв'язки можуть бути точніше визначені, але зазвичай не очікується, що ці моделі забезпечують точний опис реальності. Проте, хороша модель повинна робити прогнози щодо деяких можливих, але раніше невиявлених варіантів поведінки системи. У цьому випадку прогнозування не обов'язково означає прогноз певної події в певний момент часу в майбутньому. Це означає певну поведінку системи, що, як очікується, відбудеться (або просто можлива) за певних умов (наприклад, для деякої комбінації параметрів або деяких початкових умов). Коли такі умови виникають і система демонструє очікувану поведінку, то це вважається перевіреною моделлю, і в той же час модель буде вважатися помилковою, сфабрикованою, або викликати серйозні сумніви, якщо прогнозована поведінка не спостерігається. По експериментально складних моделях, які створені на основі прогнозів (наслідків), що можливі в природничих науках, можна оцінити альтернативні моделі залежно від їх якості у відтворенні та прогнозуванні вимірних даних. На жаль, виявляється, що такий підхід менше підходить для ідентифіка-



ції "правильної моделі" досліджуваної соціальної чи економічної системи. Як ми будемо обговорювати далі, це не лише через меншу кількість наявних даних про більшість аспектів соціально-економічної системи, але й у зв'язку з експериментальними обмеженнями через фінансові, технічні та етичні причини.

#### Обіцянки та складнощі експериментального підходу:

Поки що дуже дорого проводити соціальні і економічні експерименти, наприклад, в лабораторії. Вивчення поведінки людини в контрольованих умовах стало поширеним методом дослідження не тільки в психології, але і в експериментальній економіці і в соціології. Але кількість осіб, які поведінка яких може бути вивчена в таких експериментах, обмежена. Це передбачає велику ступінь статистичних варіацій, що робить досить складним визначення законів поведінки або можливість розрізняти відмінності між різними моделями. Статистичний шум створює щось на зразок туманної ситуації, у якій дуже важко побачити, що відбувається. У фізиці ця проблема може бути, як правило, вирішена кращим методом вимірювання (крім невизначеності, яка є наслідком законів квантової механіки). У соціальних системах, однак, є неприведений ступінь випадковості. Поведінка змінюється не тільки між окремими людьми у зв'язку з їх гетерогенністю (відрізняється "особистість"). Вона також варіюється від одного випадку до іншого, тобто прийняття рішень індивідуумом зазвичай не детерміноване. Це може бути пов'язано з різними причинами: невідомі зовнішні впливи (докладніше привертати увагу до особистості) або внутрішні фактори (дослідницька поведінка, ефекти пам'яті, рішення, прийняті помилково і т.д.).

Високий рівень поведінкової мінливості всередині і між людьми, ймовірно, зумовлений не тільки різною історією індивідуумів, а й тим, що дослідження поведінки і її гетерогенність корисні для навчання людей і для адаптивності людських груп до різних умов навколишнього середовища. Тому, застосовуючи теорію соціальної еволюції, припускають, що випадковість має важливе значення в соціальній та економічній системах, тому що це збільшує продуктивність системи. Крім того, гетерогенність може мати індивідуальні переваги, так як диференціації полегшує спеціалізація. Перевага варіації між індивідуумами також добре відома з екологічних систем [41].

Окрім перешкод у відкритті поведінкових законів, обмежене число учасників в лабораторних експериментах також обмежує число повторень і кількість експериментальних налаштувань або комбінацій параметрів, які можуть бути досліджені. Сканування параметрів простору неможливо й досі, тоді як було б корисно виявити іншу систему поведінки і визначити, за яких умов вона виникає. Може бути досить складно вибрати відповідну систему параметрів (наприклад, вигравні матриці в теоретико-ігровому експерименті).

Комп'ютерне моделювання свідчить, що в основному, можна було б отримати цікаві результати, якщо параметри, вибрані в різних експериментальних установках, передбачають іншу систему поведінки, тобто, якщо вони належать до різних "фаз" в просторі параметрів (див. рис. 1). Щоб визначити такий параметр комбінації, рекомендується виконувати комп'ютерне моделювання *попередньо*, з тим щоб визначити фазову діаграму для розглянутої системи. Проблема, однак, у тому, що базова модель навряд чи буде ідеальною, тобто навіть хороша соціальна чи економічна модель, як очікується, зроби тільки наблизені передбачення. Як наслідок, один ефект, який намагаються виявити, може з'являтися при

різних (кількох) значеннях параметрів, або може не проявитися взагалі (враховуючи рівень випадковості) [42].

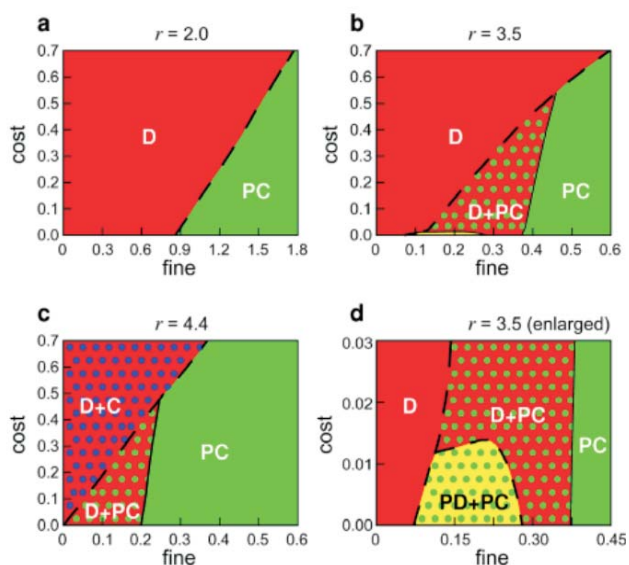


Рис. 1

Рисунок 1: Так звана "фазова діаграма" показує результат стратегії в просторі гри суспільних благ, де є кооператори (C), перебіжчики (D), кооператори, які карають перебіжчиків (ПК) і лицемірні карателі (PD), які карають інших перебіжчиків у той час як втікають самі. Спочатку, кожен з чотирьох стратегів займає 25 % комірок двовимірної решітки, в якій взаємодіють індивіди, а їх розподіл є однорідним в просторі. Проте, у зв'язку з їх еволюційною конкуренцією, два або три стратеги вимирають через деякий час. Нарешті, результуючий стан залежить від вартості покарання, штрафу, і синергії  $g$  співробітництва (коефіцієнт, за допомогою якого співпраця збільшує суму інвестицій). Відображені фазові діаграми для: (а)  $g = 2,0$ , (б)  $R = 3,5$ , і (в)  $R = 4,4$ . (Г) Розширена область малих витрат на  $g = 3,5$ . Суцільні лінії розділу показують, що отримані групи з усіх стратегій постійно змінюються зі зміною вартості покарання і покарання штрафом, а ламані лінії відповідають постійним змінам. Всі діаграми показують, що кооператори і перебіжчики не можуть зупинити поширення дорогих покарань, якщо тільки співвідношення дрібного штрафу і вартості є досить великим (див. зелену зону ПК). Слід зазначити, що за відсутності перебіжчиків, поширення покарання кооператорів вкрай повільне і слід вибрати модель з іншим типом динаміки. Невеликий рівень мутацій стратегії (яка постійно створює невелику кількість стратегій усіх видів, зокрема перебіжчиків) може в значній мірі прискорити їх поширення. Крім того, є параметр регіони, де покарання кооператорів можуть витіснити "безбілетники другого порядку" (що не передбачають покарання кооператорів) у присутності перебіжчиків (D + PC). Нарешті, для низьких витрат на покарання, але помірних покарань штрафами, може трапитися, що "моралісти", які співпрацюють і карають за некооперативну поведінку, можуть вижити, тільки утворивши "безбожний союз" з "аморальними", лицемірними карателями (PD+PC).

**Деякі моделі вірні:** вище зазначені властивості соціо-економічних систем означають, що важко визначити "правильну" модель серед кількох альтернативних. Для ілюстрації давайте візьмемо модель руху автомобілів, яка використовується для симуляції вільного руху транспорту у мегаполісі. Завдяки радіолокаційним датчикам стало можливим вимірювати прискорення автомобілів як

функцію типових змінних для моделей автомобілів, яка складається з відстані до машини, що рухається попереду, власної швидкості, і різниці у швидкості. При заміні параметрів різних моделей автомобілів, що рухаються один за одним, даними реальних вимірів, виявлено те, що залишкова помилка між комп'ютерним моделюванням і вимірюванням приблизно така ж, як і для більшості інших моделей. Помилка калібрування коливається між 12 і 17 відсотками, і на думку авторів, "жодна модель не може бути визнана як найкраща" [43]. Коли помилка різних моделей (тобто відхилення між моделлю та реальними даними) визначається як набір даних (використовувані параметри моделі визначаються з попереднього набору даних), результат перевірки помилки, як правило, варіюється від 17 до 22 відсотків (більші помилки перевірки трапляються, переважно, у випадках, коли набір даних для калібрування дуже обмежений) [43]. Знову ж, продуктивність різних моделей така схожа, що було б цілком невиправданим вибрати одну з них в якості "правильної" моделі і виключити всі інші. Більш детальний аналіз показує, що не тільки динаміка руху автомобіля відрізняється в залежності від водіїв, але й поведінка конкретних водіїв також може змінюватися з часом [44]. Ми повинні припустити, що те ж саме відноситься практично до всіх видів поведінки, а не тільки у випадку керування автомобілем. Більш того, цілком імовірно, що багато видів поведінки (наприклад, прийняття рішень) змінюватимуться навіть більше, ніж поведінка автомобілів, що рухаються один за одним. Як наслідок, ще більш складно розрізняти різні моделі між собою за допомогою емпіричних чи експериментальних даних, що буде означати, що ми, можливо, повинні прийняти кілька моделей, щоб бути (можливо) "правими", навіть якщо вони не узгоджуються одна з одною. Іншими словами, відповідь на питання "Що таке краща модель?" або "Як правильно вибрати модель?" не може бути дана в розумних межах, крім того, вона запропонована в наступному розділі. Ця ситуація трохи нагадує нерозв'язаність теореми Гьоделя [45], яка стосується повноти деяких систем аксіом.

Може бути привабливою, ідея визначити в якості найкращої моделі ту, яка є найуспішнішою, наприклад, в плані кількості цитувань, які вона отримує. Проте, успіх не обов'язково є показником гарної моделі. Візьмемо, в якості прикладу, моделі, що використовуються для торгівлі акціями. Очевидно, що навіть якщо ціни на акції варіюватимуться абсолютно випадковим чином і, якщо середній успіх кожної моделі такий же за нескінченний період часу; коли різні трейдери будуть застосовувати різні торгові моделі, вони будуть по-різному успішними у будь-якій обраній точці в часі. Таким чином, можна було б розглянути деякі моделі як більш успішніші, ніж інші, в той час як це було б тільки питанням удачі. В інших точках в часі, інші моделі будуть успішніші за інші.

Звісно, якщо поведінка не просто випадкова, деякі моделі повинні бути кращі, ніж інші, і це в кінцевому випадку має давати можливість відокремити "хороші" моделі від "поганих" через ефект "мудрості натовпу". Проте, "мудрість натовпу" передбачає незалежні судження, в той час як вчені лише повторювали взаємодії. Було експериментально показано, що це, як правило, створює консенсус, але цей консенсус буде часто відхилятися від істини [46]. Проблема виникає в результаті суспільного впливу, що створює ефект випасу, який може підірвати вплив "мудрості натовпу". Звичайно, це в основному застосовується, коли факти не є достатньо очевидними, проте ситуація в області соціальних наук пов'язана з високою мінливістю спостережень, в той час як така ж проблема менш актуальна в природничих науках завдяки високій точності вимірю-

вання. Проте, фізик Макс Планк, відомий завдяки цитаті: "Наука прогресує похороном за похороном" [47]. Дослідження Куна в темі наукових революцій [48] показує, як добре, що науково-технічний прогрес не є безперервним, а містить раптові зміни парадигми. Це демонструє проблему, що виникає як наслідок ефекту випасу. Навіть колективний договір не є гарантією правильності моделі, як це показує заміна класичної механіки на релятивістську квантову теорію. Іншими словами, успіх не обов'язково є показником хороших моделей. Це може бути просто показником того, що модель є найбільш модною в даний момент часу. Проблема загострюється в процесі навчальному відбору, який вирішує, які вчені роблять кар'єру, а які ні. Це створює значну інерцію в адаптації до нових знань, тобто наукові напрямки, ймовірно, зберігаються довше, ніж це обгрунтовано фактами.

**Жодна модель не є вірною:** Типовий підхід у природничих науках полягає в підтвердженні або спростуванні раніше неперевіраних прогнозів (наслідків) альтернативних моделей, використовуючи іноді досить складні експерименти. Тільки в рідкісних випадках, дві альтернативні теорії виявляються такими ж близькими, як і хвили частинки в квантовій механіці. У більшості випадків, однак, дві теорії А і В не є ідентичними і є суперечливими, що означає, що вони повинні робити різні прогнози в залежності від типу ситуацій. Експерименти проводяться, щоб з'ясувати, чи є теорія А або теорія В правильною, або ж вони обидві відрізняються від результатів вимірювань. Якщо експериментальні дані підтверджують теорію А, і не сумісні з теорією В (тобто істотно відрізняються від неї), то можна відкинути теорію В назавжди. Таким чином, експерименти використовуються, щоб звузити кількість альтернативних теорій, поки не залишиться одна теорія, яка вважається "істинною".

Коли моделюються соціальні чи економічні системи, наступна ситуація навряд чи відбудеться: вчені визначають несумісність передбачення теорій А і В, і виявляється, що експеримент підтримує теорію А, але не підтримує теорію В. Та наступного разу, інший учений виявляє інший набір несумісних прогнозів, і ще один експеримент підтримує теорію В, але не підтримує теорію А. У зв'язку з властивим соціально-економічним моделям спрощенням, для будь-якої моделі має бути легко знайти емпіричні докази, що суперечать їй. Що робити в таких випадках? Відмова від моделювання, ймовірно, не найкраща ідея. Узагальнювати модель завжди можна, але це, як правило, в кінцевому випадку деталізує модель, що спричиняє ряд проблем, які були викладені у відповідному розділі. Можна було б також залишити багато конкретних моделей і визначити їх відповідні діапазони дії. Однак це не буде приводити до цілісної або системної моделі. Можливим виходом буде плюралістичний підхід до моделювання, що наведений у заключному розділі цього огляду.

Моделювання в сучасній фізиці, здається, має аналогічні проблеми. У той час, як можна було б очікувати, що кожен експеримент зменшує кількість непідтверджених моделей, на практиці виходить, що після кожного експерименту вчені придумують ряд нових моделей. Як кажуть: "кожен, хто відповів на одне питання, задає десять нових." Насправді, є безліч моделей елементарних частинок, те ж саме стосується і космологічних моделей. Багато моделей вимагають припустити існування факторів, які ніколи не були виміряні і, можливо, ніколи не будуть виміряні, таких як бозони Хіггса, темна матерія або темна енергія. Нам, ймовірно, доведеться жити з тим, що моделі просто ніколи не охоплюють всі деталі реальності.

Крім того, як уже зазначалося, розуміння елементарних частинок і фундаментальних сил у фізиці ще не

пояснює, що відбувається у світі навколо нас [49, 50]. Виникає багато явищ, які ми спостерігаємо в біологічному, економічному і соціальному світі, які ніколи не будуть виведені як наслідок властивостей елементарних частинок, бо властивості систем, які виникають, не можуть бути зрозумілі з властивостей їх компонентів поодиночки. Ці явища, зазвичай, взаємодіють одразу з великою кількістю компонентів системи. Давайте будемо чесними: наші підручники не пояснюють навіть прості особливі властивості води, хоча сама молекула  $H_2O$  не є найскладнішою. (Звичайно, це не означає, що ця ситуація залишиться такою назавжди – див. відповідну роботу, наприклад, Г. Юджина Стенлі.)

Загалом, як і раніше, існує серйозна прогалина в розумінні зв'язку між функцією, динамікою і формою. Поява чого-небудь (феномену) часто є несподіваною. Лікувальний ефект нового хімічного препарату не може бути зрозумілим за допомогою лише комп'ютерного моделювання. До цих пір ми також не розуміємо емоції і свідомість, і ми не можемо розрахувати біологічну придатність того чи іншого виду на комп'ютері. Найбільш захоплюючі рішення головоломок в науці стосуються таких неочікуваних феноменів. Було б цікаво дослідити як соціальні та економічні явища, такі як довіра, солідарність та економічна цінність можуть бути пояснені в якості системних явищ (emergent phenomena) [3].

**Модель описує деякі особливості, але може бути неадекватною:** Вчені часто пропонують передати свої методи в інші області застосування, ґрунтуючись на аналогіях, які вони бачать в поведінці різних систем. Дослідження систем, як наукова галузь (systems science), базується на таких аналогіях і фізики також узагальнюють свої методи. Питання в тому, наскільки корисним може бути "фізиколістичний підхід", який "передає" властивості систем багатьох частинок в соціальні чи економічні системи, хоча люди, звичайно, розумніші за частинки і мають ще чимало поведінкових ступенів свободи.

Звичайно, фізики ніколи не стверджували, що моделі частинок можуть забезпечити точний опис соціальних чи економічних систем. Чому ж тоді вони думають, що такі моделі можуть зробити свій внесок у розуміння цих систем? Тому що вони мають досвід роботи з тим, що може статися в системах, які характеризуються нелінійною взаємодією багатьох компонентів системи у просторі та часі, у тих випадках, коли випадковість має важливе значення. Вони знають як колективний феномен самоорганізації на "макроскопічних" (об'єднуючих) рівнях може бути результатом взаємодій на "мікроскопічному" (індивідуальному) рівні. І вони дізналися, як це може призвести до фазових переходів (так званий "режим зрушення" або "катастрофа"), коли параметр системи ("параметр управління") перетинає критичну точку ("переламний момент"). Крім того, вони виявили, що у критичній точці, система, як правило, показує безмасштабну поведінку (степеневу залежність, або інші залежності "з товстими хвостами", і навіть розподіл Гаусса).

Важливо відзначити, що характерні риси системи в критичній точці, як правило, "універсальні", тобто вони в основному не залежать від деталей взаємодії. Це те, чому фізики думають, що можуть абстрагуватися від деталей. Звичайно, деталі прогнозовано будуть важливі тоді, коли система близька до критичної точки. Слід також додати, що існує цілий ряд різних видів універсальної поведінки, так звані класи універсальності. Проте, багаточастинкові моделі дозволяють отримати краще розуміння режиму зрушень, який не так добре пояснюють найбільш авторитетні моделі в економіці чи соціальних науках. Однак, якщо переломний момент знаходиться далеко, корисність багаточастинкових моделей

обмежена і більш докладні описи їхнього об'єднання зроблені економістами і соціологами можна вважати більш адекватним.

Іноді не дуже зрозуміло, як далеко аналогії можуть завести, або ж вони взагалі є хибними. Візьмемо нейромережеві моделі. У певному сенсі, вони можуть бути використані для моделювання навчання, узагальнення та абстракції. Проте, сподівання на те, що вони зможуть пояснити функціонування мозку, значною мірою, не виправдались. Сьогодні ми знаємо, що мозок працює зовсім по-іншому, але теорія нейронних мереж зумовила появу багатьох цікавих інженерних програм, які навіть комерційно використовувалися.

Розглянемо, в якості іншого прикладу, моделі співпраці на основі пов'язаних осциляторів. Поза всяким сумнівом, синхронізація циклічної поведінки є одним з найбільш цікавих колективних явищ, які ми знаємо, і такі моделі дозволяють вивчати, як групи осциляторів взаємодіють один з одним чи розвалюються на підгрупи (які не синхронізовані одна з одною, в той час як осцилятори в кожній з них – синхронізовані) [51]. Незважаючи на цю аналогію з груповою формацією і груповою динамікою, не ясно, що ми можемо дізнатися з таких моделей для соціальних систем.

Аналогічне положення іноді наводять для спінових моделей, які були запропоновані для опису процесів формування громадської думки або виникнення співпраці в ситуаціях, пов'язаних з соціальною необхідністю вибору. У зв'язку з цим було підкреслено, що соціальні взаємодії не завжди можуть бути розбиті на парні взаємодії. Деякі взаємодії включають три або більше осіб в один і той же час, що може змінити характер взаємодії. Тим не менше, подібні явища були вивчені шляхом накладення парних взаємодій, і ще не до кінця зрозуміло, наскільки важливою є відмінність.

Давайте, нарешті, з'ясуємо, чи є нереальні припущення, як правило, ознакою поганих моделей? Обговорення в розділі "Прості моделі" припускає, що це не обов'язково так. Здається, більше питань виникає щодо мети моделі, яка визначає рівень спрощення, і тільки лічені питання стосуються доцільності більшості моделей. Однак слід зазначити, що більш реалістична модель не обов'язково є більш корисною. Наприклад, багато моделей руху автомобілів більш реалістичні, ніж моделі динаміки руху рідини, але вони не підходять для симуляції багаторівневих (large-scale) мереж руху транспорту в режимі реального часу. Для соціальних систем, є цілий ряд різних підходів до моделювання, у тому числі такі:

- *Фізичний (або фізиколістичний) підхід в моделюванні:* соціо та економ-фізики часто розглядають соціальні взаємодії на такому рівні абстракції, що їх моделі зводяться до багаточастинкових (або навіть до спінових моделей з двома можливостями поведінки). Такі моделі фокусуються на ефектах нелінійних взаємодій і є окремим випадком обмеженої моделі раціональності, їх іноді називають моделями з нульовим інтелектом [52]. Тим не менш, вони можуть відображати особливості колективного розуму чи "розуму натовпу" [38]. Крім того, вони підходять для опису режиму зрушення або ситуації шаблонного вибору [53], тобто ситуації, коли окремі особи реагують на середовище більш-менш підсвідомими і автоматичними способами. Пауль Омерод, економіст за фахом, міркує таким чином [54]: "У багатьох соціальних та економічних контекстах, самосвідомість агентів не має особливого значення... Незалежно від того, які саме передові пізнавальні здібності агентів в абстрактному інтелектуальному плані, це так, як ніби вони працюють з відносно низькою пізнавальною спроможністю

у системі. Кориснішою в області соціальних наук є "нуль модель" – моделювання агента з близьким до нуля інтелектом. Тільки тоді, коли це не вдається, слід розглянути більш ускладнені варіанти".

• **Економічний підхід до моделювання:** більшість економістів, схоже, мають абсолютно протилежний підхід. Їх концепція "людина економічна" ("ідеальний егоїст") припускає, що люди приймають стратегічні рішення, вибираючи оптимальний із своїх варіантів поведінки. Це вимагає від людини "нескінченної" пам'яті і таких же обчислювальних потужностей. Бо можна говорити про нескінченно-розвідувальний підхід. Він також відомий як підхід раціонального вибору і має ту перевагу, що очікувана поведінка індивідумів може бути отримана аксіоматично. Таким чином, можна було б побудувати об'ємну і вражаючу теорію мейнстріму. Знову ж таки, надійність цієї теорії, залежить, звичайно, від реалізму власних припущень.

• **Соціологічний підхід до моделювання:** деякі школи соціологів також використовують моделі раціонального вибору. Проте, на відміну від економістів, вони зазвичай не припускають, що люди радикально оптимізують свою власну вигоду. Їхні моделі швидше розглядають, що в соціальних системах обмін більш диференційований і багатогранний. Наприклад, при виборі своєї поведінки, люди можуть розглядати не тільки свої власні переваги, але й також переваги взаємодії свого партнера (партнерів). В останні роки, "Теорія справедливості" отримала особливу увагу [55] і часто протиставляється теорії раціонального вибору. Ці соціальні аспекти прийняття рішень тепер також вводяться і в економічне мислення [56].

• **Психологічний підхід до моделювання:** психологи, певно, менш аксіоматичні і зазвичай орієнтуються на емпіричні спостереження. Вони визначили поведінкові парадокси, які не відповідають теорії раціонального вибору, принаймні, в її класичному варіанті. Наприклад, виявляється, що поведінка більшості людей не проявляє схильності до ризику. Для пояснення спостережень були розроблені нові концепції, в тому числі теорія перспектив (prospect theory) [57], теорія задовільного (satisficing theory) [58] і концепції поведінкової мінливості [59]. Зокрема, виявляється, що окремі рішення залежать від відповідних рамок. У своїй Нобелівській лекції з економіки, Деніел Канеман висловився про це так: "Раціональні моделі психологічно нереальні... центральна характеристика агентів – це не те, що вони міркують погано, а те, що вони часто діють інтуїтивно. А поведінка цих агентів не може керуватися тим, що вони в змозі обчислити, а може керуватися тим, що вони, виявляється, бачать в даний момент". Таким чином, сучасні напрямки досліджень пов'язані з пізнанням і нейронаукою. Ці результати в даний час знаходять свій шлях в економіці через галузі експериментальної, поведінкової та нейроекономіки.

Таким чином, в даний час немає єдиного підходу, який би задовольнив всіх вчених. Деякі з підходів більш стилізовані або більш аксіоматичні. Інші знаходяться, в кращому випадку, у кількісному узгодженні з емпіричними чи експериментальними даними, але математично менш розроблені. Таким чином, вони теоретично менше підходять для отримання наслідків поведінки в ситуаціях, які не були вивчені до цих пір. Отже, всі моделі мають свої сильні і слабкі сторони, незалежно від того, наскільки реальними вони можуть бути. Більше того, жодна з математичних моделей, доступних на сьогодні, є не досить коректною, щоб відобразити всю складність соціальних взаємодій між багатьма людьми.

**Різні інтерпретації однієї моделі:** Ще одна складність моделювання соціально-економічних систем полягає в тому, що вчені не можуть домовитися щодо

тлумачення моделі. Обговоримо, наприклад, мультиноміальну логіт модель (multi-nomial logit model), яка була використана для моделювання процесу прийняття рішень в самих різних контекстах і відзначена Нобелівською премією [60]. Ця модель може бути отримана в фреймі максимізації корисності, припускаючи, що раціональні агенти адекватно приймають рішення в умовах невизначеності. Сама ж модель, однак, може бути отримана і іншими способами. Наприклад, це може бути пов'язано з психологічними законами або розподілами статистичної фізики [61]. У першому випадку, інтерпретація сумісна з підходом нескінченновимірної інтелектуальної розвідки, в той час як в останньому випадку, вона сумісна з підходом нульового інтелекту, який є досить загадковим. Порівняння цих підходів викладено у відповідному посиланні [61].

#### Обговорення та перспективи

**Плюралістичне чи ймовірнісне моделювання і багато точок зору з усього світу: який вихід?** Підсумовуючи попередню дискусію, малоімовірно, що ми коли-небудь матимемо єдину, узгоджену, повну і коректну модель соціоекономічної системи. Може так статися, що ми навіть не знайдемо такої "Великої теорії всього" у фізиці. Останнім часом сумніви в цьому напрямку навіть були підняті деякими вченими, що займаються фізикою частинок [62, 63]. Можливо, вже час попроситися з модельним підходом, який вірить у можливість унікальної, загальної, комплексної та узгодженої моделі. Принаймні, немає ніяких теоретичних або емпіричних даних для такої можливості.

Це вимагає зміни парадигми в модельному підході. Важливо бути чесним, і розуміти, що кожна модель обмежена, але більшість моделей є корисними для чогось конкретного. Іншими словами, ми повинні бути терпимі щодо моделей один одного і бачити, де вони можуть доповнювати один одного. Це не означає, що будуть окремі моделі для окремих частин системи, по одному для кожної підсистеми. Як вже зазначалося, важко вирішити, діє конкретна модель при виборі даної підсистеми, чи ні. Можна припустити, що кожна модель має певний термін дії або корисність, яка може бути виміряна за шкалою від 0 до 1, і далі її валідність залежить від того для якої частини чи аспекта системи вона застосовується. Ця валідність може бути кількісною, наприклад, при використанні критерію узгодженості даної системи або точності опису іншої системи того ж виду.

Існують моделі для кожного компонента або аспекту системи. Можна розглянути їх всі і дати кожній з них статус відповідно до їх дії, що визначена статистично, у порівнянні з емпіричними або експериментальними даними. Аналогічно ефекту "мудрості натовпу" [19], який базується на законі великих чисел, це повинно призвести до кращої кількісної підгонки або передбачення, ніж більшість (або навіть кожна) моделей окремо, незважаючи на ймовірні невідповідності між моделями. Такий підхід можна назвати *плюралістичним* (pluralistic) [64], бо він дозволяє об'єднувати кілька точок зору. Він також може бути названий *ймовірнісним* (possibilistic) [65] підходом, тому що враховує, що кожна модель має тільки певну ймовірність бути правильною, тобто кожна модель описує можливу істину. Тим не менш, це не повинно бути неправильно зрозуміло – в якості заклику до суб'єктивістського підходу. Плюралістичний підхід до моделювання також припускає, що є деяка основоположна реальність, яку деякі, більшість з нас або навіть всі розділяють (залежно від аспекту того, про що говорить одна людина).

Хоча багатьох вчених і осіб, що приймають рішення, шокує необхідність відмовитися від віри в існування унікальної, вірної моделі, рішення, чи політики, плюралістичний підхід до моделювання вже використовується

ся. Прогнозування ураганів та моделювання клімату є такими прикладами [66]. Навіть сучасні літаки управляються виключно кількома комп'ютерними програмами, що виконуються паралельно. Якщо результати роботи не узгоджені один з одною, рішення приймається більшістю і реалізується. Хоча такий підхід може здатися досить страшним, але він працює на диво добре до цих пір. Більше того, коли краш-тести нещодавно розроблених автомобілів моделюються на комп'ютері, такі розрахунки знову виконуються на основі кількох моделей, кожна з яких базується на різних методах наближення. Тому логічно припустити, що плюралістичний підхід до моделювання буде широко використовуватися в майбутньому, коли потрібно змоделювати складну систему.

**Вчені, що працюють в галузях природничих та суспільних наук можуть повчитись одне у одного:** вже стверджувалося, що всі методи моделювання мають свої сильні і слабкі сторони, і що вони повинні розглядатися як взаємодоповнюючі, замість того, щоб суперечити один одному. Це також означає, що вчені різних дисциплін можуть отримати користь і повчитись один у одного. Сферами плідної багатопрофільної співпраці можуть бути:

- моделювання саме соціально-економічних систем;
- розуміння тих впливів, які створені системи мають на соціально-економічний світ;
- моделювання соціальних механізмів, які керують еволюцією і розповсюдженням інновацій, норм, технологій, продуктів і т.д.;
- наукові проблеми, пов'язані з питаннями управління складністю або розробкою більш досконалих систем;
- застосування соціального механізму координації та співпраці для створення технічної системи, яка здатна самоорганізуватися (наприклад, децентралізована управління руху або систем "рівний рівному");
- розробка техніко-соціальних систем [67], в яких використовуються технології в поєднанні з соціальною компетентністю і людськими знаннями (наприклад, Wikipedia, ринки прогнозування, рекомендаційні систем, або семантичні мережі).

Враховуючи великі потенціали такої співпраці, прийшов час подолати дисциплінарні кордони. Вони, здається, мають все менше і менше сенсу. Виявляється що багатодисциплінарні, широкомасштабні зусилля потрібні для опису і достатньо доброго зрозуміння соціально-економічних систем та для більш успішного вирішення практичних завдань людства (наприклад, фінансово-економічної кризи).

#### Подяки

Автор виражає подяку за підтримку ETH Competence Center "Coping with Crises in Complex Socio-Economic Systems" (CCSS) і надання гранту ETH Research Grant CH1-0108-2 і and by the Future and Emerging Technologies programme FP7-COSI-ICT of the European Commission through the project Visioneer (grant no.: 248438).

#### Примітки

<sup>1</sup> Переклад виконано з дозволу автора за Helbing D. Pluralistic Modeling of Complex Systems. In: Science and Culture, Vol. 76, September-October 2010 : 315 – 329.

Переклад: **Поліна Черній** (аспірант факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка).

#### Список використаних джерел

1. Comte A. Social Physics: From the Positive Philosophy (Calvin Blanchard, New York, 1856).
2. Comte A. Course on Positive Philosophy (1830-1842).
3. Helbing D. Grand socio-economic challenges, Working Paper, ETH Zurich (2010).

4. Bollinger L. C. Announcing the Columbia committee on global thought, see <http://www.columbia.edu/cu/president/.../051214-committee-global-thought.html>
5. Spencer H. The Principles of Sociology (Appleton, New York, 1898; the three volumes were originally published in serial form between 1874 and 1896).
6. Bertalanffy L. von. General System Theory: Foundations, Development, Applications (George Braziller, New York, 1968).
7. Epstein J. M. Generative Social Science. Studies in Agent-Based Computational Modeling (Princeton University, 2006), p. 51.
8. Dyson F. A meeting with Enrico Fermi. Nature 427, 297 (2004).
9. Mayergoyz I.D. Mathematical Models of Hysteresis and their Applications (Academic Press, 2003).
10. Stanley H.E. Introduction to Phase Transitions and Critical Phenomena (Oxford University, 1987).
11. Zeeman E.C. ed. Catastrophe Theory (Addison-Wesley, London, 1977).
12. Schuster H.G. and Just W. Deterministic Chaos (Wiley-VCH, Weinheim, 2005).
13. Horsthemke W. and Lefever R. Noise-Induced Transitions: Theory and Applications in Physics, Chemistry, and Biology (Springer, 1983).
14. "KISS principle" at Wikipedia.org, see [http://en.wikipedia.org/wiki/KISS\\_principle](http://en.wikipedia.org/wiki/KISS_principle)
15. Einstein A. "On the Method of Theoretical Physics". The Herbert Spencer Lecture, delivered at Oxford (10 June 1933); also published in Philosophy of Science 1(2), p. 165 (April 1934).
16. Box G.E.P. and Draper N.R. Empirical Model-Building and Response Surfaces (Wiley, 1987), pp. 74+424.
17. Helbing D. Derivation of non-local macroscopic traffic equations and consistent traffic pressures from microscopic car-following models. European Physical Journal B 69(4), 539-548 (2009), see also <http://www.soms.ethz.ch/research/traffictheory>
18. Helbing D. Traffic and related self-driven many-particle systems. Reviews of Modern Physics 73, 1067-1141 (2001).
19. Galton F. Vox populi. Nature 75, 450-451 (1907).
20. Helbing D. et al., see collection of publications on analytical traffic flow theory at <http://www.soms.ethz.ch/research/traffictheory>
21. Epstein J.M. Why model? Journal of Artificial Societies and Social Simulation 11(4), 12 (2008), see <http://jasss.soc.surrey.ac.uk/11/4/12.html>
22. Davidson P.A. Turbulence (Cambridge University, Cambridge, 2004).18
23. Weidlich W. Sociodynamics: A Systemic Approach to Mathematical Modelling in the Social Sciences (Dover, 2006).
24. Kagel J.H. and Roth A.E. The Handbook of Experimental Economics (Princeton University, Princeton, NJ, 1995).
25. Guala F. The Methodology of Experimental Economics (Cambridge University Press, 2005).
26. Helbing D. and Yu W. (2010) The future of social experimenting. Proceedings of the National Academy of Sciences USA (PNAS) 107(12), 5265-5266; see also <http://www.soms.ethz.ch/research/socialexperimenting>
27. Maimon O. and Rokach L. The Data Mining and Knowledge Discovery Handbook (Springer, 2005).
28. Jackson M. O. Social and Economic Networks (Princeton University, 2008).
29. Gilbert N. (ed.) Computational Social Science (Sage, 2010).
30. Schweitzer F. (ed.) Self-Organization of Complex Structures: From Individual to Collective Dynamics (CRC, 1997).
31. Miller J.H. and Page S.E. Complex Adaptive Systems: An Introduction to Computational Models of Social Life (Princeton University, Princeton, NJ, 2007).
32. Sornette D. Critical Phenomena in Natural Sciences. Chaos, Fractals, Selforganization and Disorder: Concepts and Tools (Springer, Berlin, 2006).
33. Albeverio S., Jentsch V. and Kantz H. (eds.), Extreme Events in Nature and Society (Springer, Berlin, 2005).
34. Floreano D. and Mattiussi C. Bio-Inspired Artificial Intelligence: Theories, Methods, and Technologies (MIT, Cambridge, MA, 2008).
35. Nolfi S. and Floreano D. Evolutionary Robotics : The Biology, Intelligence, and Technology of Self-Organizing Machines (MIT, Cambridge, MA, 2000).
36. Helbing D., Deutsch A., Diez S., Peters K., Kalaidzidis Y., Padberg K., L'ammer S., Johansson A., Breier G., Schulze F., and Zerial M. Biologistics and the struggle for efficiency: Concepts and perspectives. Advances in Complex Systems 12(6), 533-548 (2009).
37. Helbing D. System risks in society and economics. Sante Fe Institute Working Paper #09-12-044 (2009), see <http://www.santafe.edu/media/workingpapers/09-12-044.pdf>
38. Moussaid M., Garnier S., Theraulaz G. and Helbing D. Collective information processing and pattern formation in swarms, flocks, and crowds. Topics in Cognitive Science 1(3), 469-497 (2009).
39. Helbing D., Szolnoki A., Perc M. and Szabó G. Evolutionary establishment of moral and double moral standards through spatial interactions. PLoS Computational Biology 6(4), e1000758 (2010).
40. Popper K.R. The Logic of Scientific Discovery (Hutchinson, 1959); original German version: Logik der Forschung (Springer, Vienna, 1935).
41. Tilman D., Wedin D. and Knops J. Productivity and sustainability influenced by biodiversity in grassland ecosystems. Nature 379, 718-720 (1996).
42. Traulsen A., Semmann D., Sommerfeld R.D., Krambeck H.-J. and Milinski M. Human strategy updating in evolutionary games. Proceedings of the National Academy of Sciences USA (PNAS) 107(7), 2962-2966 (2010).

43. Brockfeld E., K'uhne R. D. and Wagner P. Calibration and validation of microscopic traffic flow models. Transportation Research Board 1876, 62-70 (2004).
44. Kesting A. and Treiber M. Calibrating car-following models by using trajectory data: Methodological study. Transportation Research Record 2088, 148-156 (2008).
45. G'odel K. On Formally Undecidable Propositions of Principia Mathematica and Related Systems (Basic, New York, 1962).
46. Lorenz J., Rauhut H., Schweitzer F. and Helbing D. How social influence undermines the wisdom of crowds. Submitted (2010).
47. Max Planck: "An important scientific innovation rarely makes its way by gradually winning over and converting its opponents, but rather because its opponents eventually die, and a new generation grows up that is familiar with it."
48. Kuhn T.S. The Structure of Scientific Revolutions (University of Chicago, 1962).
49. Vicsek T. The bigger picture. Nature 418, 131 (2002).
50. Pietronero L. Complexity ideas from condensed matter and statistical physics. Europhysicsnews 39(6), 26-29.
51. Mikhailov A.S. and Calenbuhr V. From Cells to Societies. Models of Complex Coherent Action (Springer, Berlin, 2002).
52. Bentley R. A. and Omerod P. Agents, intelligence, and social atoms. Preprint available at <http://www.paulomerod.com/pdf/BentleyOrmerodSept09.pdf>
53. Gintis H. The Bounds of Reason: Game Theory and the Unification of the Behavioral Sciences (Princeton University, 2009).
54. Omerod P. What can agents know? The feasibility of advanced cognition in social and economic systems. Communication, Interaction and Social Intelligence (2008), see <http://www.paulomerod.com/pdf/AISB08%20Whatcanagentsknow%20Paul%20Ormerod.pdf>
55. Fehr E. and Schmidt K.M. A theory of fairness, competition, and cooperation. The Quarterly Journal of Economics 114(3), 817-868 (1999).
56. Frey B. Economics as a Science of Human Behaviour: Towards a New Social Science Paradigm (Kluwer Academic, Dordrecht, 1999).
57. Kahneman D. and Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica 47(2), 263-291 (1979).
58. Simon H. A. A behavioral model of rational choice. The Quarterly Journal of Economics 69(1), 99-118 (1955).
59. Gigerenzer G., Todd P.M. and the ABC Research Group, Simple Heuristics That Make Us Smart (Oxford University, 2000).
60. McFadden D. Conditional logit analysis of qualitative choice behaviour, in P. Zarembka (ed.) Frontiers of Econometrics (Academic Press, New York, 1974), pp. 105-142.
61. Helbing D. Quantitative Sociodynamics. Stochastic Methods and Models of Social Interaction Processes (Kluwer Academic, Dordrecht, 1995).
62. Woit P. Not Even Wrong: The Failure of String Theory and the Search for Unity in Physical Law for Unity in Physical Law (Basic, New York, 2006).
63. Smolin L. The Trouble With Physics: The Rise of String Theory, The Fall of a Science, and What Comes Next (Mariner, Boston, 2007).
64. Rotmans J. and van Asselt M. B. A. Uncertainty management in integrated assessment modeling: Towards a pluralistic approach. Environmental Monitoring and Assessment 69(2), 101-130 (2001).
65. Dubois D. and Prade H. Possibilistic logic: a retrospective and prospective view. Fuzzy Sets and Systems 144(1), 3-23 (2004).
66. Lucarini V. Towards a definition of climate science. Int. J. Environment and Pollution 18(5), 413-422 (2002).
67. Vespignani A. Predicting the behavior of techno-social systems. Science 325, 425-428 (2009).
68. Helbing D. The FuturICT knowledge accelerator: Unleashing the power of information for a sustainable future, Project Proposal (2010), see <http://arxiv.org/abs/1004.4969> and <http://www.futurict.eu>

Надійшла до редакції 06.09.14

D. Helbing, Professor

Swiss Federal Institute of Technology in Zurich (ETH Zurich), Zurich, Switzerland

### PLURALISTIC MODELING OF COMPLEX SYSTEMS

*The modeling of complex systems such as ecological or socio-economic systems can be very challenging. Although various modeling approaches exist, they are generally not compatible and mutually consistent, and empirical data often do not allow one to decide what model is the right one, the best one, or most appropriate one. Moreover, as the recent financial and economic crisis shows, relying on a single, idealized model can be very costly. This contribution tries to shed new light on problems that arise when complex systems are modeled. While the arguments can be transferred to many different systems, the related scientific challenges are illustrated for social, economic, and traffic systems. The contribution discusses issues that are sometimes overlooked and tries to overcome some frequent misunderstandings and controversies of the past. At the same time, it is highlighted how some long-standing scientific puzzles may be solved by considering non-linear models of heterogeneous agents with spatio-temporal interactions. As a result of the analysis, it is concluded that a paradigm shift towards a pluralistic or possibilistic modeling approach, which integrates multiple world views, is overdue. In this connection, it is argued that it can be useful to combine many different approaches to obtain a good picture of reality, even though they may be inconsistent. Finally, it is identified what would be profitable areas of collaboration between the socio-economic, natural, and engineering sciences.*

*Key words: modeling, complex systems, nonlinear models.*

Д. Гелбинг, проф.

Швейцарский федеральный институт технологий, Цюрих, Швейцария

### ПЛЮРАЛИСТИЧЕСКИЙ ПОХОД К МОДЕЛИРОВАНИЮ СЛОЖНЫХ СИСТЕМ

*Моделирование сложных систем, таких как социологические или социально-экономические - может быть очень трудной задачей. Хотя существуют различные подходы к моделированию, они, как правило, не совместимы и не согласованы между собой, а эмпирические данные часто не позволяют определить, какая модель будет правильной, лучшей или наиболее подходящей в конкретном случае. Более того, недавний финансовый и экономический кризис показали, что полагаться только на единую идеализованную модель может быть очень дорогим решением.*

*Данная статья пытается «пролить новый свет» на проблемы, которые возникают при моделировании сложных систем. В то время как некоторые решения могут быть использованы в различных системах, соответствующие научные проблемы проиллюстрированы для социальных, экономических и транспортных систем. В статье сделан обзор попыток преодолеть некоторые недоразумения и споры прошлого. В то же время, обзор освещает давние научные вопросы, которые могут быть решены с учетом нелинейных моделей многофакторных агентов с пространственно-временным взаимодействием. В результате анализа можно сделать вывод, что изменение парадигмы на плюралистическую или подход вероятностного моделирования, который объединяет несколько мировоззрений, является несколько запоздалыми. В связи с этим обосновывается, что будет полезным сочетание различных подходов, которые обеспечивают хорошее отражение реальности, хотя они и могут быть несовместимы. Наконец, определяется, что может быть зоной для конструктивного сотрудничества между социально-экономическими, научными и техническими науками.*

*Ключевые слова: моделирование, сложные системы, нелинейные модели.*



## РЕЦЕНЗІЇ

УДК 316.25

А. Мельник, доц.  
Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля, Луганск

## НОВЫЙ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИИ

Bolle De Bal M. **Fragments pour une sociologie existentielle**. Paris, L'Harmattan, 2013, 3 tomes: tome 1 "Théories et concepts", 262 pp.; tome 2 "Thèmes et enjeux", 164 pp.; tome 3 "Pratiques et engagements", 164 pp.

В 2013 году вышел в свет фундаментальный трехтомный труд достаточно известного в европейской социологии бельгийского ученого Марселя Болль де Баля под общим названием "Фрагменты экзистенциальной социологии". Труд издан на французском языке крупнейшим парижским издательством L'Harmattan, что само по себе говорит о его значимости.

Марсель Болль де Баль является заслуженным профессором Свободного университета Брюсселя и почетным президентом Международной ассоциации франкоязычных социологов. О навстрочу 30 книг и более 200 статей в области экзистенциальной социологии, социологии труда, общей социологии, клинической социологии, прикладной "психосоциологии" и групповой динамики, социального управления, социологии семьи, социологии спорта и др [1].

Три тома "Фрагментов экзистенциальной социологии" состоят из 4-х частей 55 глав (текстов), большая часть которых была опубликована ранее в том или ином виде. Эта фундаментальная работа резюмирует около 60-ти лет профессиональной социологической карьеры М. Болль де Баля, а также почти 30 лет его исследований непосредственно в области экзистенциальной социологии. Свообразной точкой отсчета для собственной оригинальной версии экзистенциальной социологии М. Болль де Баля является 1985 год и его брюссельский доклад в качестве президента Международной ассоциации франкоязычных социологов (том 1, глава 1), в котором, на фоне программного изложения основных теоретических принципов, выразилось глубокое разочарование в слишком абстрактной, недостаточно "человеческой" социологической науке, оторванной от экзистенциальной реальности и порождаемых ею конкретных социальных проблем.

Первый том "Фрагментов экзистенциальной социологии" сподзаголовком "Теории и концепты" включает в себя две части, посвященные соответственно развитию теории экзистенциальной социологии в духе понимающей и феноменологической социологии, а также синтезу социологии и психологии (психосоциология). Основной темой тома является выделение центрального методологического элемента всей общей теории экзистенциальной социологии, а именно триады ее структурообразующих категорий – *reliance, déliance, liance*, где франкоязычный неологизм *liance* приблизительно повторяет по смыслу понятие "альянс", но больше соответствует такому его значению как "связь", "соединение", "единство". Согласно Болль де Баля современное общество находится в состоянии разрыва социальных связей (общество *déliance*), что порождает сильную потребность в восстановлении этих связей (общество *reliance*). Стремясь уйти от абстрактности социологической науки, усилить ее экзистенциальное измерение, Болль де Баль предпринимает попытку воссоединить социологическую теорию и практику (прикладная и клиническая социология), исследование и действие (метод *action-research*), социологию и психологию (психосоциология и метод

*lifeworlds*), социологию и философию (феноменологический и понимающий подходы), преподавание и обучение (групповая динамика).

С точки зрения бельгийского социолога, отмеченная триада категорий крайне важна для построения экзистенциальной социологии, поскольку она отражает самосущность человеческого существования в современном мире. По сути, речь идет о философской проблеме части и целого, которая фактически стала центральной проблемой социологии, выразившись в противоречиях реализма и номинализма. Болль де Баль утверждает, что помимо воссоединения психологических, философских и социологических подходов, эти категории способствуют наиболее глубокому диалектическому, зачастую, "парадоксальному" (главы 7–8) пониманию экзистенциального единства субъективности и объективности, сущности и существования, исследования и действия, теории и практики, микро- и макроуровней социальной реальности. Учитывая это утверждение, вторая часть первого тома полностью посвящена детальной разработке психосоциологического "концептуального треугольника" *reliance-déliance-liance*, где рассматривается его связь с такими аспектами как экзистенция, общество, комплексность (сложность), этика, язык, наука (главы 12–17). При этом, наиболее полная теоретическая репрезентация концептуальной триады представлена в XI главе "*Reliance, déliance, liance*: возникновение трех социологических понятий", ранняя версия которой была опубликована по просьбе М. Маффесоли в журнале "*Sociétés*" (№ 80, 2003 г.).

Если первый том "Фрагментов экзистенциальной социологии" больше связан с проблемной синтезом психологии и социологии, то второй том с подзаголовком "Темы и проблемы", содержащий третью из четырех частей трехтомника, уже всецело ориентирован на *reliance* социологии и философии (философская социология). В этом томе Болль де Баль обращается к изучению широчайшего спектра конкретных экзистенциальных проблем и их социального содержания – жизнь и чувства (рождение, дружба и братство, любовь, доверие, эгоизм и альтруизм, смерть, биоэтика – главы 18–24), тайное и сакральное (главы 25–26), философия и политика (влияние персонализма и секуляризма на политику, мультикультурализм, культурная идентичность, утопии, демократические идеалы – главы 27–33), досуг и СМИ (труд и отдых, спорт, телешоу, коллективные эмоции – главы 34–44).

Третий том "Практика и вовлеченность" содержит четвертую тематическую часть трехтомника и фактически полностью посвящен клинической социологии (главы 45–52), представляя собой попытку воплощения одного из центральных экзистенциалистских принципов о неразделимости исследователя и исследования, субъекта и объекта, отнесения к ценности и оценки. В томе описываются как теоретические аспекты прикладной социологии, так и отдельные конкретные случаи применения метода клинической социологии. Третий

том завершается разделом "Экзистенциальная социология: международная дисциплина" (главы 53–55), а также библиографическими списками по экзистенциальной социологии и смежным областям исследований. При этом наблюдается одна из первых попыток наметить пути интеграции европейских и американских концепций экзистенциальной социологии.

Обобщая тот образ экзистенциальной социологии, который М.Болль де Бальвыстраивает на страницах своей трехтомной книги, можно сказать, что это должна быть понимающая и феноменологическая по духу социология, которая междисциплинарна в своих ориентациях и развивает тесное сотрудничество с психологией, философией, литературой. Такая социология должна обращать особенное внимание на динамику первичных социальных групп, в которых отражена сложная и парадоксальная диалектика между людьми, сообществами и обществом в целом. Экзистенциальная социология должна быть больше качественным, чем количественным подходом, а также должна быть диалектической и объединять антагонистические и взаимодополняющие стороны социальной реальности. И, наконец, это социология, которая уделяет значительное внимание субъективности, иррациональности и аффективности в своих моделях, поскольку все перечисленное относится к глубинным основаниям человеческой экзистенции.

Нельзя сказать, что "Фрагменты экзистенциальной социологии" лишены поводов для критики. Основным недостатком этой трехтомной работы, который бросается в глаза уже при первом прочтении, является его разрозненность и именно "фрагментарность". Так, целый ряд текстов вообще не имеет эксплицитной связи с экзистенциальной социологией, а также недостаточно связан между собой, вследствие чего не удалось избежать повторений. Автор попытался компенсировать этот недостаток в названии трехтомника ("Фрагменты...") и в том, что несколько раз в разных томах настойчиво повторяет, что главы являются собранными вместе отдельными текстами, имеющими лишь свою внутреннюю логику и не претендующими на статус систематизированного "трактата". Тем не менее, некоторые тексты трехтомника фактически представляют собой короткие, незавершенные наброски, которые тре-

буют доработки или объединения (например, тексты № 7 и 8 по объему не превышают 2 страниц каждый).

Еще одним недостатком, характерным, на наш взгляд, не только для трехтомной книги бельгийского автора, но и, в той или иной степени, для всей франкоязычной социологии, является эссеистический и публицистический стиль изложения материала, иногда выражающийся в крайностях субъективной позиции автора, метафоричности, недостаточном уровне формальной логики и научной аргументации. Такой стиль может объясняться издержками общего стремления представителей экзистенциальной парадигмы к междисциплинарности (включая синтез науки и искусства), а также их критикой абсолютизации рационально-логических аспектов знания. В частности, бельгийский исследователь неоднократно восклицает, что социологи несчастны и должны стать счастливыми, что любовь и добро спасут мир, или, попросту, что мир невыносимо парадоксален. При всей неоспоримости подобных высказываний, данный стиль несколько уводит автора от научного изложения материала.

Несмотря на недостатки, трехтомная книга М. Болль де Балья без сомнения является существенным вкладом в развитие экзистенциальной социологии как самостоятельной дисциплины. После книги калифорнийской школы "Постмодернистская экзистенциальная социология" (2002) это первая крупная публикация в данной области исследований за последние 12 лет. Кроме того, трехтомник отражает собой пусть и не завершенный, но все же нарастающий процесс систематизации первой оригинальной концепции европейской экзистенциальной социологии, и одновременно – интеграцию общей теории экзистенциальной социологии. И, наконец, эта публикация вносит вклад в развитие экзистенциальной социологии как такого подхода, который является одним из самых актуальных и релевантных в осмыслении современной социальной реальности.

#### Примітка

Более подробную информацию о М. Болль де Бале можно найти на его персональном сайте <http://www.ulb.ac.be/socio/bolledabal/index2.html>. Также см.: Мельников А. Пять постулатов экзистенциальной социологии М. Болль де Балья // Методология, теория и практика социологического анализа современного общества. – Выпуск 17. – X : ХНУ им. В.Н. Каразина, 2011. – С. 35-39.

Надійшла до редакції 11.06.14

А. Мельников Доц.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Луганськ, Україна

### НОВИЙ ВНЕСОК У РОЗВИТОК ЕКЗИСТЕНЦІАЛЬНОЇ СОЦІОЛОГІЇ

*Bolle De Bal M. Fragments pour une sociologie existentielle. Paris, L'Harmattan, 2013, 3 tomes: tome 1 "Théories et concepts", 262 pp.; tome 2 "Thèmes et enjeux", 164 pp.; tome 3 "Pratiques et engagements", 164 pp.*

A. Melnikov Assoc. Prof.

East Ukrainian Volodymyr Dahl National University, Ukraine, Luhansk, Ukraine

### NEW CONTRIBUTION INTO DEVELOPMENT EXISTENTIAL SOCIOLOGY

*Bolle De Bal M. Fragments pour une sociologie existentielle. Paris, L'Harmattan, 2013, 3 tomes: tome 1 "Théories et concepts", 262 pp.; tome 2 "Thèmes et enjeux", 164 pp.; tome 3 "Pratiques et engagements", 164 pp.*



## ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ, РЕЦЕНЗЕНТІВ І ЧИТАЧІВ

Редколегія журналу запрошує до співпраці вчених, викладачів, аспірантів та студентів і приймає до розгляду наукові матеріали, що відповідають тематичній спрямованості видання.

"Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка: Соціологія" є рецензованим науковим періодичним виданням, в якому публікуються результати оригінальних досліджень соціологів з різних країн в усіх сферах соціологічного знання: теорії та історії соціології, методології і методів, дослідження соціальної структури, соціальних груп, відносин і інститутів, різноманітних суспільних явищ, спеціальні та галузеві соціології. Тематика журналу охоплює сучасні соціальні процеси і актуальні проблеми регіону Центральної, Східної Європи і країн Євразії, але не обмежується ними.

Журнал також публікує фахові рецензії новітніх соціологічних видань, які вийшли в світі, передусім, в Україні і країнах регіону: книжок, дисертацій, монографій, підручників тощо.

Статті і рецензії приймаються до розгляду українською, російською або англійською мовою, відбираються міжнародною редакційною колегією журналу і публікуються мовою оригіналу. Статті додатково оцінюються шляхом зовнішнього анонімного рецензування.

Вимоги до статей, які подаються для опублікування в журналі:

1. Статті повинні відповідати міжнародним фаховим стандартам соціологічних досліджень, в тому числі існуючим вимогам до фахових публікацій в Україні ([http://vak.org.ua/docs/prof\\_journals/requirements.pdf](http://vak.org.ua/docs/prof_journals/requirements.pdf)). В статті має бути чітко визначені проблема і мета дослідження, а також оригінальний і значущий внесок автора в розв'язання наукової проблеми. Редакція звертає увагу авторів на обов'язковість співвіднесення їхнього оригінального дослідження з наявним в світовій соціології корпусом знання щодо відповідної наукової проблеми і визначення місця зробленого внеску в дисциплінарному контексті.

2. Автори статей несуть повну відповідальність за достовірність наведених у статті фактів і даних, результатів аналізу і обґрунтованість зроблених висновків, а також повну відповідальність за порушення авторських прав і одержання дозволів для використання зовнішніх матеріалів, що захищені авторським правом. Подаючи статтю до редакції, автори тим самим засвідчують, що під час проведення дослідження і підготовки статті вони дотримувались етичних вимог, зокрема, Кодексу етики Міжнародної соціологічної асоціації (ISA) ([http://www.isa-sociology.org/about/isa\\_code\\_of\\_ethics.htm](http://www.isa-sociology.org/about/isa_code_of_ethics.htm)), а матеріали, які вони подають, є оригінальними і раніше не публікувались.

3. Статті обсягом 20000–40000 знаків (3000–6000 слів включно з назвою статті; 0,5–1 авторських аркушів) надсилаються електронною поштою на адресу редакції [journal\\_soc\\_knu@ukr.net](mailto:journal_soc_knu@ukr.net) на одній із мов видання (*електронний документ у форматі MS Word-97 – MS Word-2010, через 1,5 інтервали, 14 шрифт без позионування та переносів, у якому для набору тексту слід використовувати тільки шрифт Times New Roman, за винятком символічних шрифтів у формулах*).

4. До статті додаються:

анотація статті (українською, російською та англійською мовами) із викладом теоретичних і методологічних засад дослідження та основних висновків (*обсяг – 0,7 – 1 стандартної машинописної сторінки, або 1200–1800 знаків*),

ключові слова (українською, російською та англійською мовами),

шифр УДК перед назвою статті.

Автори з інших країн, що подають статтю англійською мовою, додають анотацію і ключові слова лише англійською мовою. Автори з інших країн, що подають статтю російською мовою, додають анотацію і ключові слова лише англійською і російською мовами.

5. До статті додаються відомості про авторів:

Прізвище, ім'я, по батькові (прізвище та ім'я, в тому числі латинським шрифтом), контактний телефон і електронну адресу автора, місце роботи (*з повною адресою*), посада, науковий ступінь, вчене звання. Якщо авторів декілька, потрібно стисло зазначити внесок кожного автора.

6. Примітки подаються в кінці тексту із послідовною нумерацією (арабськими цифрами). Після приміток (за наявності) декларуються подяки авторів, вказуються джерела фінансування дослідження та інституціональна підтримка, можливий конфлікт інтересів. Редакційна колегія очікує, що всі особи або організації, які сприяли проведенню дослідження або підготовці статті, але не включені до числа авторів, зазначаються в секції "декларації".

7. Посилання на джерела слід наводити в тексті у форматі "перший автор, рік" або "перший автор, рік: номер (тому), сторінки" за стандартом SAGE Harvard reference style але у квадратних дужках. *Наприклад:* [Weber, 1946; Tilly, 2004: p. 216; Тарасенко, 2010: т. 2, с. 170]. Бібліографічні відомості необхідно подавати наприкінці статті (після приміток і декларацій) у вигляді списку літератури за абеткою (*спочатку джерела, що надруковані кирилицею, а потім – латиницею*). (Приклади оформлення бібліографічного опису в списку джерел наведено в Бюлетені Вищої атестаційної комісії України. – 2008. – № 3. – С. 9–13.) Для джерел, що надруковані кирилицею і є перекладом з мов із латинською абеткою, обов'язково зазначається (у квадратних дужках після наведених бібліографічних відомостей) оригінальний правопис прізвища автора та назви джерела латинським шрифтом. Для інших джерел, що надруковані кирилицею, повинна додаватись їхня латинська транслітерація за стандартами ALA-LC – Американської бібліотечної асоціації – Бібліотеки конгресу (<http://www.loc.gov/catdir/cpso/roman.html>). Транслітерація прізвища автора та назви наводиться у квадратних дужках після оригінальних бібліографічних відомостей кожного джерела.

8. Якщо стаття містить ілюстративний матеріал (*таблиці, графіки, діаграми, рисунки* тощо), кожний такий матеріал має бути поданий із відповідним підписом в електронному вигляді: таблиці, графіки й діаграми, – у форматах Excel, рисунки – у форматах CorelDraw чи Adobe Illustrator (імпортовані у Word ілюстрації не придатні для подальшої роботи).

9. Автори не мають права передавати до інших видань матеріали, що були прийняті до розгляду редакцією журналу, до оголошення його результатів або у разі прийняття рішення про публікацію статті.

10. Статті висловлюють лише погляди авторів, які можуть не збігатися з позицією редакційної колегії журналу.

11. Статті, які не відповідатимуть вказаним вимогам, до друку не приймаються. Редакція має право скорочувати статті та робити літературне редагування. Експертиза редакційної колегії не оприлюднюється і не підлягає оскарженню. Неопубліковані статті, а також будь-які надіслані матеріали авторів не повертаються.

12. Надання матеріалів редакції журналу передбачає згоду авторів з цими вимогами, а також їхню згоду на публікацію матеріалів в друкованому вигляді в журналі й в електронній версії у виданнях, з якими редакція укладає відповідні угоди.

Для подальшої інформації редакційна колегія рекомендує авторам ознайомитися із попередніми числами журналу на сайті: <http://www.soc.univ.kiev.ua/uk/visnik-kiyivskogo-nacionalnogo-universitetu-imeni-tarasa-shechenka-sociologiya>  
Кінцеві терміни подачі для чергового числа журналу – 1 квітня та 1 жовтня.

Статті та супровідні документи надсилати на електронну адресу редакції журналу: [journal\\_soc\\_knu@ukr.net](mailto:journal_soc_knu@ukr.net)

*Примітки:*

1. Відповідальність за порушення авторських прав і недотримання діючих стандартів несуть автори статті.

2. Відповідальність за достовірність наведених у статті фактів і даних, обґрунтованість зроблених висновків і науковий рівень статті несуть автори й рецензенти.

## INFORMATION FOR POTENTIAL AUTHORS, REVIEWERS AND READERS

"**Bulletin of National Taras Shevchenko University of Kyiv: Sociology**" is a peer-reviewed scientific periodical journal that publishes results of original research submitted by sociologists from different countries in all areas of sociology: social theory, history of sociology, methodology and methods, studies of social structure, social relations, institutions and current social phenomena, special sociological theories and branches of sociology. The scope of the journal embraces but is not limited to contemporary social processes and topical problems of Central and Eastern Europe and countries of Eurasia. The journal also publishes professional reviews of recent and significant sociological titles that are issued especially in Ukraine and the region: books, dissertations, monographs, textbooks etc. The journal is soliciting original research articles and reviews on relevant topics in Ukrainian, Russian or English. Submitted articles and reviews are selected by international Editorial Board and published in the original language of submission. In addition research articles are evaluated by anonymous expert reviewers assigned by the editors.

Requirements for submission to the journal:

1. Manuscripts of articles must meet the international professional standards of sociological research including existing guidelines for scientific publications in Ukraine (See: [http://vak.org.ua/docs/prof\\_journals/requirements.pdf](http://vak.org.ua/docs/prof_journals/requirements.pdf)). Author(s) should clearly formulate problem and the ultimate goal of research and define author's original and relevant contribution into solution of the problem in current sociological discourse. Editorial Board warns authors that they are obliged to relate their original research to the up-to-date sociological knowledge on the problem and place their contribution within existing international sociological scholarship.

2. Authors are fully responsible for accuracy of the facts and data presented in the article, credibility of analysis and validity of the research findings. The author(s) are required to obtain permission to publish any copyright materials that are used in the article. Submitting an article to the journal the author(s) hereby confirm that during research and preparing materials for publication they adhered to professional ethic requirements including ISA (International Sociological Association) Code of Ethics ([http://www.isa-sociology.org/about/isa\\_code\\_of\\_ethics.htm](http://www.isa-sociology.org/about/isa_code_of_ethics.htm)) and that materials they submitted were original had not been published. Responsibility for copyright infringement and failure to comply with existing professional standards are the authors own.

3. The length of articles should be between 20000–40000 characters (3000 – 6000 words). The articles (in Ukrainian, Russian or English) and supporting documents should be sent via e-mail only to the address: [journal\\_soc\\_knu@ukr.net](mailto:journal_soc_knu@ukr.net) (document format in MS Word-97 – MS Word-2010, 1.5 spaced, 14 font size without positioning and hyphenations, Times New Roman, with the exception of character fonts in formulas).

4. The article should be supplemented with:

- abstract (in Ukrainian, Russian and English) that outlines the theoretical and methodological bases of research and main findings (length 0.7-1 standard typewritten pages, or 1200-1800 characters),
- the key word in Ukrainian, Russian and English,
- UDC (Universal Decimal Classification) code before the title.

Authors from other countries than Ukraine, who submit an article in English, can provide abstract and the key words in English only. Authors from other countries, who submit an article in Russian, should provide abstract and the key words in English and Russian.

5. The article should be supplemented with information about the author(s):

Last name, first name (Cyrillic names besides original have to be transliterated into Roman alphabet), phone number and E-mail of the author(s), information about institutional affiliation (with full address), position, short description of work responsibilities, level of education, academic degree. In case of multiple authorship, the contribution of each author should be specified.

6. Author(s) may use endnotes (not footnotes) that should be consecutively numbered through the text with Arabic numerals that correspond to a list of notes at the end of the main text. After the notes author(s) may declare acknowledgments including funding acknowledgements, institutional support and conflict of interests (if applicable). Editorial Board expects that people or organizations that assisted in any way in research or in preparing the article but not included into the list of the authors would be mentioned in this section.

7. References to the sources should be presented in the text in compliance with SAGE Harvard reference style as in-text citations in a format "first author last name, year" or "first author last name, year: (volume) page number(s)" but enclosed within square brackets (not parentheses) E.g.: [Weber, 1946; Tilly, 2004: p. 216; Тарасенко, 2010: т. 2, с. 170]. Bibliographic information must be provided at the end of the article in the form of a bibliography in alphabetical order (first sources come in Cyrillic, then – in Roman). (Examples of presentation of bibliography are given in Бюлетені Вищої атестаційної комісії України. – 2008. – № 3. – С. 9–13).

Sources in Cyrillic that are translations from languages with Roman alphabet must be supplemented with original spelling of author's name and the title in Roman alphabet (presented within square brackets after initial bibliographic description). Other sources in Cyrillic must be transliterated according to ALA-LC (American Library Association – Library of Congress) standards for Romanization (<http://www.loc.gov/catdir/cpsol/roman.html>). Transliteration of author's name and the title should follow within square brackets after original bibliographic description.

8. If an article contains illustrations (tables, graphs, diagrams, pictures etc.), each such material must be submitted with the corresponding legends in electronic form: tables, charts and graphs – in Excel, images – in CorelDraw or Adobe Illustrator (imported images in Word are not suitable for further processing).

9. If an article submitted to the journal was accepted for consideration, the author(s) are not permitted to seek for other submissions for publication elsewhere until decision of the editors is announced or when the article is accepted for publication.

10. Articles express the views of their author(s), which may not necessarily reflect the views of the Editorial Board.

11. Articles that do not meet these requirements may not be accepted for publication. Editors are granted the right to edit or shorten the article. Editorial evaluation is not public and may not be discussed. Rejected articles as well as other submitted materials are not returned to the author(s).

12. Submitting an article and other materials to the journal the author(s) hereby give their consent to these requirements as well as their lawful consent to the publication of the article in print in the journal and in the electronic format by publishers, with whom Editorial Board shall make appropriate arrangements.

Additional information can be found at journal's web site: <http://www.soc.univ.kiev.ua/en/bulletin-kyiv-national-taras-shevchenko-u...>

Deadlines for submissions for forthcoming issues of the journal – the 1st of April and the 1st of October. Please send articles and supporting documents to: [journal\\_soc\\_knu@ukr.net](mailto:journal_soc_knu@ukr.net)

Notes:

1. Full responsibility for copyright infringement and non-compliance with existing standards lies with authors of submitted articles.
2. Responsibility for the accuracy of the facts mentioned in the article, data, validity of the findings and scientific level of the article lies with authors and article reviewers.

Наукове видання



**ВІСНИК**  
**КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**СОЦІОЛОГІЯ**

**Випуск 1(5)**

Статті подано в авторській редакції

Оригінал-макет виготовлено Видавничо-поліграфічним центром "Київський університет"

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей. Редколегія залишає за собою право скорочувати та редагувати подані матеріали. Рукописи та електронні носії не повертаються.



Формат 60x84<sup>18</sup>. Ум. друк. арк. 10,57. Наклад 300. Зам. № 213-6817.  
Вид. № С1\*. Гарнітура Arial. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Підписано до друку 13.12.13

Видавець і виготовлювач  
Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет"  
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43  
☎ (38044) 239 32 22; (38044) 239 31 72; тел./факс (38044) 239 31 28  
e-mail: vpc@univ.kiev.ua  
http: vpc.univ.kiev.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02