

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ
ВИЩА ШКОЛА СОЦІОЛОГІЇ

ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СОЦІОЛОГІЧНИХ ПРАКТИКАХ

Навчальний посібник



Київ – 2009

ББК 60.5
Я 45

Я 45 Якісні дослідження в соціологічних практиках: Навчальний посібник / За ред. Н.Костенко, Л.Скокової. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2009. – 400 с.

ISBN 978-966-02-5387-2

У навчальному посібнику представлено досвід осмислення основних напрямів якісних досліджень в сучасній соціології та їх можливостей у вивченні соціальної реальності українського суспільства. Висвітлено теоретико-методологічні підходи використання якісних методів в соціології, основні типи якісних досліджень, підходи до збирання даних та їх аналізу (включаючи новітні – візуальний, комп'ютерний аналіз). Новацією посібника є показ потенціалу і специфіки застосування якісних підходів у дослідженні основних сфер соціального життя, і, відповідно, у викладанні соціологічних дисциплін. Представлено також результати конкретних емпіричних досліджень соціокультурних і соціокультурних реалій українського суспільства. Кожна лекція супроводжується списком рекомендованої літератури, словником термінів, темами для написання письмових робіт та контрольними запитаннями для самоперевірки.

Даний посібник спрямований на активізацію впровадження якісних підходів, якісних методів збору і аналізу даних у навчальний процес підготовки соціологів, і тим самим – у дослідницьке поле вітчизняної соціології. Курс лекцій розрахований на викладачів соціологічних дисциплін вищих навчальних закладів, дослідників, аспірантів і студентів соціологічних і соціогуманітарних факультетів, всіх, хто цікавиться якісною парадигмою в соціології.

ББК 60.5
Я 45

Авторський колектив:

Н.Костенко, доктор соціологічних наук (лекція 1); **Л.Скокова**, кандидат соціологічних наук (лекції 2, 3); **Л.Малес**, кандидат соціологічних наук (лекція 4; розділ III, п.1); **І.Чудовська-Кандиба**, кандидат соціологічних наук (лекція 5); **А.Ручка**, доктор філософських наук (лекція 6); **О.Симончук**, кандидат соціологічних наук (лекція 7); **О.Горбачик** (лекція 8); **О.Злобіна**, доктор соціологічних наук (лекція 9); **О.Даниленко**, кандидат соціологічних наук (лекція 10); **В.Серета**, кандидат соціологічних наук (лекція 11); **Т.Бурейчак**, кандидат соціологічних наук (лекція 12); **М.Наумова**, кандидат соціологічних наук (лекція 13); **І.Конов**, доктор соціологічних наук (лекція 14); **О.Іванкова-Стецюк**, кандидат соціологічних наук (лекція 15); **Ю.Сорока**, кандидат соціологічних наук, (розділ III, п.2); **С.Крижний** (розділ III, п.3); **Л.Кондратик**, кандидат соціологічних наук (розділ III, п.4); **Н.Ходорівська**, кандидат соціологічних наук (розділ III, п.5).

Рецензенти:

Н.І.Соболева, доктор соціологічних наук
В.І.Судаков, доктор соціологічних наук
В.В.Танчер, доктор філософських наук

Рекомендовано Вченою радою Інституту соціології НАН України
(*протокол № 4 від 23 червня 2009 року*)

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник
для студентів вищих навчальних закладів, які навчаються за напрямом «соціологія»
(*Лист Міністерства освіти і науки України № 1/11-9432 від 20.11.2009 року*)

© Інститут соціології НАН України, 2009
© Вища школа соціології при Інституті соціології НАН України, 2009

ISBN 978-966-02-5387-2

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ I Методологія якісного дослідження: статус-кво	
Лекція 1 Кількісне і якісне: взаємні претензії та спільні перспективи (<i>Наталія Костенко</i>)	8
Лекція 2 Якісні дослідження в сучасній соціології (<i>Людмила Скокова</i>)	27
Лекція 3 Технології розуміння в інтерпретативній парадигмі (<i>Людмила Скокова</i>)	48
Лекція 4 Розуміючий потенціал соціокультурного аналізу (<i>Людмила Малес</i>)	77
Лекція 5 Візуальне у дослідженнях культури (<i>Ірина Чудовська-Кандиба</i>)	96
Лекція 6 Інтерпретативна парадигма в німецькомовних соціальних науках (<i>Анатолій Ручка</i>)	120
Лекція 7 Інституціоналізація якісної соціології у пострадянських країнах (<i>Олена Симончук</i>)	136
Лекція 8 Комп'ютерні технології аналізу текстів (<i>Олексій Горбачик</i>)	174
Розділ II Якісні підходи у дослідженні сфер соціального	
Лекція 9 Індивідуальний досвід у координатах соціології особистості (<i>Олена Злобіна</i>)	187
Лекція 10 Лінгвістичне конструювання соціальних конфліктів (<i>Оксана Даниленко</i>)	209
Лекція 11 Якісна парадигма в етносоціології (<i>Вікторія Середа</i>)	228
Лекція 12 Гендер і мас-медіа: якісні дослідження аудиторії (<i>Тетяна Бурейчак</i>)	248

Лекція 13 Зондувальні та проєктивні техніки у маркетингу (<i>Марта Наумова</i>)	271
Лекція 14 Культурні дискурси регіонів (<i>Ілля Кононов</i>)	297
Лекція 15 Трудова міграція: аналіз життєвого досвіду (<i>Оксана Іванкова-Стецюк</i>)	320

Розділ III Аналіз випадку: досвід якісних проєктів

Подвійна герменевтика у дослідженні тяглості та мінливості культурної традиції (<i>Людмила Малес</i>)	343
Від Жданова до Маріуполя: питання перейменування міста в публікаціях місцевої преси (<i>Юлія Сорока</i>)	352
Повсякдення перших місяців (1941 – 1942 років) окупації Харкова в усних свідченнях та біографічних документах (<i>Сергій Крижний</i>)	363
Економічна моральність полярних груп населення міста Львова (<i>Лідія Кондратик</i>)	374
Смислотворні образи в уявленнях про поселення (<i>Наталія Ходорівська</i>)	384

ВСТУП

Останніми десятиліттями соціологія і близькі до неї дисципліни рішуче розвернулися у бік якісних досліджень. Якщо і не «якісний поворот», то інституціоналізація якісного підходу, безумовно, відбулася. Кількість наукових публікацій і навчальної літератури про якісні методи, про якісні проекти та їхні перспективи зросла в десятки разів. З'явилися спеціальні журнали, що організують інтерпретативний дискурс і підтримують якісні практики в гуманітарному й соціальному пізнанні. Обов'язковими стають відповідні навчальні курси в університетах. Сьогодні респектабельне академічне середовище, орієнтоване на строгі наукові підходи і стратегії вимірювання соціальної дійсності, уже не тільки демонструє лояльність до «некількісних» парадигм, а й відкрито визнає їхню релевантність у вивченні неочевидних і заплутаних культурних станів і феноменів. Деяка недовомовленість визнання все ж таки має місце, судячи з того, що прихильники якісної методології досі відчувають необхідність заручитися традицією, благородним родоводом наук про культуру, пов'язаних з блискучими іменами в соціології, посиланнями на антропологічне й феноменологічне коріння і витoki. Тим самим складається історіографія предмета, формується автономна історія «інтерпретативних» наук, що виходить за межі контекстів протистояння й опозиції «розуміючих» і «природничих» підходів. Синхронно відбувається й розроблення нових технологій якісного дослідження, дедалі чутливіших не лише до сканування багатоманітних втілень і мереж сучасної культурної та соціальної реальності, а й до визначення інтелектуальних умов збагнення їхніх сенсів і онтологічних режимів. Істотно розсувається сфера, де весь комплекс інтелектуальних практик, об'єднаний сьогодні в «якісну парадигму», дістає все більше застосування, і це стосується найрізноманітніших царин осмисленої й рутинної поведінки людей, їхніх взаємодій між собою, із структурами та навколишнім середовищем. Все це вкупі вказує на те, що статус якісного дослідження в соціальних і гуманітарних пізнавальних розвідках набуває непохитної впевненості та стійкості. І навряд чи про інше йшлося б у тій ситуації невизначеності й упередженості, в якій перебуває сьогодні соціологія, водночас і наражаючись на методологічні завади й обмеження, і надихаючись інтригою транспарадигмальності, і будучи змушена переглядати

свої предметні підстави й публічні орієнтири. Якісне дослідження, безумовно, центрує одну з перспектив цих пошуків.

У вітчизняній соціології якісним дослідженням також не відмовити в дедалі більшій популярності. Динаміка її неухильна, але радше хаотична і тісно пов'язана з персональним ентузіазмом соціологів, фінансовими та організаційними можливостями соціологічних проектів. В Україні якісні методи увійшли до соціологічних практик першою чергою через маркетингові дослідження, швидко освоєні дослідницькими компаніями, а також через міжнародні соціологічні та культурологічні проекти. Можна навіть зазначити, що залучення якісних методів у соціологію стає чи не модним рухом, який, звичайно ж, благотворний, оскільки мода, як відомо прищепляє й удосконалює смак, але, на жаль, вона не захищає від професійної нерозбірливості, поверхово сприйнятих стандартів і ризиків скороминущості. Проте сьогодні в Україні вже накопичений цікавий і серйозний досвід якісних досліджень, гідний того, щоби з ним ознайомити, ділитися ним, обговорювати його як під кутом зору практичних результатів у розумінні тенденцій, особливостей і частковостей життя суспільства, так і в методологічних контекстах.

Книга, яку ми пропонуємо, і є поданням цього досвіду. Звичайно, зміст його свідомо неповний і відкритий для примноження. За задумом – це книга для читання з методології, методів і практик якісних досліджень, яка фіксує їхній поточний стан в українській соціології. Серед читачів книги ми бачимо і тих, хто вже включений у такий досвід, і, особливо, дослідників-початківців, які такий досвід тільки планують. Тому книга підпорядкована кільком дидактичним завданням. *По-перше*, визначити специфіку якісного підходу в соціології, його методологічні й теоретичні підстави, взаємодію з «кількісною» парадигмою, словник базових концептів. *По-друге*, з'ясувати особливості якісного дослідження у вивченні різних сфер соціуму – культурної, економічної, політичної, повсякденної, тобто в контекстах галузевих соціологій і використання релевантних якісних методів. *По-третє*, представити зразки якісних досліджень, здійснюваних у рамках міжнародних і вітчизняних соціологічних проектів.

У першому розділі книги розглядаються загальні методологічні й методичні проблеми якісних досліджень, історія їх становлення і розвитку в соціології, теоретичні обґрунтування і ефективні методи (Л. Скокова, О. Симончук). Увагу акцентовано на перспективах інтерпретативної парадигми за умов методологічної амбівалентності соціальних наук (Н. Костенко), особливостях якісного підходу в наукових традиціях

(А. Ручка). Обговорюються нові напрями якісних досліджень в царині візуальної культури (І. Чудовська-Кандиба), соціокультурного аналізу (Л. Малес). Порушено також проблему використання комп'ютерних способів аналізу якісних даних (А. Горбачик).

Другий розділ об'єднує досвід якісних досліджень різних сфер соціального життя. Достатньо їх перелічити, щоб переконатися в розмаїтті загальної картини, а також в тому, що тут з неминучістю виникає проблема сумісності правил якісного дослідження з імперативами спеціальних теорій. Це – дослідження особистості (О. Злобіна), етносоціології (В. Середа), соціології регіонів (І. Кононов), мас-медіа і гендерних проблем (Т. Бурейчак), соціальних конфліктів (О. Даниленко), трудової міграції (О. Іванкова-Стецюк), а також якісних практик у маркетинговому дослідженні (М. Наумова).

У третьому розділі зібрано описи й результати конкретних проектів із застосуванням якісних методів. Представлені дослідження культурної традиції (Л. Малес), економічної моральності (Л. Кондратик), міського середовища – дискурсу преси про нову українську топонімію (Ю. Сорока), історії повсякденного життя городян у період війни (С. Крижний), символізації місця проживання в малюнках (Н. Ходорівська). Лекції, на підставі яких підготовлено цей навчальний посібник, були прочитані й обговорювалися на семінарах у Вищій школі соціології при Інституті соціології НАН України, вищих навчальних закладах Києва, Харкова, Львова, Луганська. Редактори виражають щире подяку авторам, що взяли активну участь у роботі над книгою, а також співробітникам Вищої школи соціології за допомогу в її публікації.

Наталія Костенко, Людмила Скокова

Розділ I

МЕТОДОЛОГІЯ ЯКІСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: СТАТУС-КВО

Лекція 1

КІЛЬКІСНЕ І ЯКІСНЕ: ВЗАЄМНІ ПРЕТЕНЗІЇ ТА СПІЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Справа криється в точності осягнення того, що соціологи іменують соціальною реальністю. Незважаючи на наявний потужний корпус методів та інструментів соціологічного пізнання, чіткі відповідності між референтом соціологічних висновків та імплікаціями суспільного життя завжди залишаються в дефіциті. І це є невичерпним джерелом спонукань ці методи й інструменти вдосконалювати, робити їх чутливішими й адекватнішими для вивчення соціуму. Власне, в максимальному наближенні до предмета нашого соціологічного інтересу полягала і полягає основна інтенція якісного дослідження. Не можна сказати, що ця інтенція надто успішно втілювалася в досвіді, змагаючись із строгістю кількісних імперативів, що завжди мали в запасі твердий аргумент – цифру. Цифра розставляє все на місця і звично структурує наші образи дійсності, натомість завороженість унікальним може їх розпорозувати і розсіювати. Водночас саме камерне знання про, здавалося б, часткові феномени і локальні тенденції інколи проливало світло на відхилення і вади в діях структурних порядків. Сьогодні інтелектуальна напруженість у зіставленні підходів спала, пом'якшала, і вже давно йдеться про «наведення мостів» між двома принципово розбіжними способами вивчати світ людей і його трансформації. Проте щоб чітко усвідомлювати, що ж конститує триваючу опозицію кількісних і якісних підходів у соціології, а також її потенційно плідну, як сьогодні зрозуміло, подвійність, здатну

продувати сумісність гуманітарних і статистичних схильностей нашої науки, потрібно їх, ці підходи, аналітично роз'єднати.

Питання про підходи вимагає методологічної та практичної відповідей, якщо методологію розуміти як загальні правила, згідно з якими ми організуємо наше пізнання, а практичне завдання – як обов'язок установити організаційний алгоритм конкретного дослідження. Щонайменше три проблеми виникають у зв'язку з цим, і вибір методів отримання інформації та її аналізу залежать, по-перше, від інтелектуальної установки дослідника, його методологічного вибору, по-друге, від особливостей предмета, на який спрямована наша увага, зрештою, особливостей об'єкта, як у нас прийнято називати той матеріал, з яким ми працюємо.

Інтелектуальна установка дослідника

Транспарадигмальності сучасної соціології ніхто не заперечує. Проте в цій мозаїчній картині соціологічних перспектив виокремлюються дві основні версії, два напрями, які не зводяться один до одного й орієнтовані на різні еталони пізнання: позитивізм та інтерпретативні парадигми. Позитивістський еталон, як і раніше, залишається чинним, недвозначно претендуючи на статус академічної науки, здатної пояснювати масштабні непрозорі феномени соціального життя, і має у своєму розпорядженні безцінну підмогу – вибіркові опитування. Без них, зауважує Джон Голдторп, сучасній соціології не обійтися, подібно до того, як астрономія буде безплідною без телескопа, а біологія – без мікроскопа (Goldthorpe, 2004: 95). Кредо позитивізму передбачає принципову близькість до природничонаукових методів, верифікованість даних, максимальну відстороненість дослідника від об'єкта з метою виключити будь-які можливі на нього впливи. В резонансі цих вимог немає нездоланих сумнівів, оскільки жорстко встановлені правила, безперечно, дисциплінують дослідницькі практики, об'єднують їх результати в загальний досвід, який експлікує за потреби макро- і мезотенденції та виявляє каузальні зв'язки різнорідних соціальних явищ і процесів. Особливо він є незамінним у порівняльних міжнародних дослідженнях, які відстежують динаміку зрозумілих і ефективно апробованих показників суспільного життя, що уможливорює зіставлення тих культур, які різняться між собою і по-різному інтерпретуються.

Проте пафос «об'єктивного» і надійного знання, отриманого таким шляхом, пригноблює ідею пильного огляду тих подробиць, випадковостей і суб'єктивних смислів життєвого світу, які не рееструються «операторами науковості», але мають високу соціальну і гуманітарну значу-

шість. Саме цим насичується фокус уваги інтерпретативних парадигм соціологічної дисципліни, що успадкували традицію розуміючої соціології, інтеракціонізму, феноменологічних підходів і гуманістичних версій. Їхнє загальне надбання – Веберова дефініція завдань соціології, «які полягають в інтерпретуючому розумінні осмислено орієнтованих людських дій» (Вебер, 1990: 607). У цей самий спадок входить і вимога Міда реконструювати і розуміти перспективу актора у вивченні людської поведінки.

Інтерпретативні напрями стурбовані розпізнаванням суті соціальних явищ, хоч би якими ексклюзивними або типовими вони були. Для цього потрібно не тільки не відсторонитися від об'єкта, як те постулює позитивізм, але швидше проникнути в нього «зсередини», вживаючись у культурне середовище, що вивчається, комунікуючи з ним і розширюючи горизонти розуміння і бачення предмета. Завдання елімінувати «суб'єктивний залишок», «людський» коефіцієнт, про який говорив Знанецький, маючи на увазі неможливість гуманітарія перетворитися на «надіндивідуального» спостерігача за людьми і культурами, оскільки він сам належить до їх числа, ми не ставимо (Знанецький, 1989). І результати таких розвідок не можуть бути верифіковані прямим чином, оскільки уміння дослідника розуміти значення культурних актів і культурних кодів, його інтерпретувати виявляється в ці результати включеним. Постає питання про «правильність» такого розуміння, тобто того, що, згідно з природничонауковим еталоном пізнання, розцінюють як надійність вимірювання і побудованих на ньому висновків, чому присвячують дедалі ретельніші й витонченіші розробки спеціальних методик.

Надійність – не та характеристика, яка активно артикулюється у якісному дослідженні, проте це зовсім не означає, що вона відходить у тінь або її намагаються обходити. Наприклад, на тій підставі, що спостереження за емерджентними і рухомими станами погано узгоджується з очікуванням сталих і стандартних образів, фактів, даних. Питання про надійність у якісному дослідженні набуває особливих форм, модифікуючись у проблему довіри до результатів, і знаходить своєрідні рішення. Вони не можуть бути простими і тривіальними вже тому, що радикальний імператив розуміння – це «злиття горизонтів», залучених у діалог суб'єктів, на думку Гадамера. Виконання цієї вимоги виключає можливість подальшої трансляції якогось об'єктивованого знання. Але якщо ми хочемо передати комусь наше розуміння дій акторів, що цікавлять нас, інших людей, що потрапили в зону бачення дослідника, ми повинні втілити це розуміння у прийнятні для передання формати, перетворити

на знання. Тільки вже на одній цій стадії – перетворення спостереження/розуміння на знання – є неминучими різного роду втрати первинних смислів, набутих у спілкуванні з індивідами або текстами. Тому питання про надійність якісних проектів не є марним. А справді, як визначити прийнятну міру суб'єктивності інтерпретації, – а саме так і можна сформулювати претензії на надійність щодо якісного підходу, – яка переконувала б у релевантності отриманих даних заявленому науковому предмету, давала б із цього приводу більш або менш чіткі гарантії?

Відповідно, надійність якісного дослідження трактується з позицій «м'якого реалізму», словами Мартіна Хаммерслі, коли для її підтвердження досить переконливості наших домагань і правдоподібності очевидного. Валідність тут ідентифікується з упевненістю в нашому знанні, в незалежності реальності від вимог до неї дослідника, до якої не можна застосовувати концепти і мови, що їй не належать, з упевненістю в тому, що наші наукові звіти репрезентують реальність, а ніяк не виробляють її (Hammersley, 1992). Проте навіть у цьому «м'якому реалізмі» може вбачатися не тільки привід для критики за невизначеність і розпливчастість методологічної позиції, але також консерватизм і практика «нормальної», в термінах Куна, науки, оскільки є явні вказівки на пріоритет фактів. Услід за Норманом Дензіном і його публікаціями 70-х років минулого століття дедалі частіше пропонують звертатися до *триангуляції* як доречного прийому валідізації, тобто до використання різних методів (скажімо, спостереження та інтерв'ю) для отримання результатів, які можна порівняти (Denzin, 1970). Це особливо є плідним, коли дані різних тестів допомагають об'ємніше репрезентувати предмет, описуючи і пояснюючи, наприклад, публічні та приватні його втілення. Можна сказати, що пошуки незалежного критерію, як от здобуті різними методами думки експертів, загальної публіки, респондентів або текстуальні свідчення, не йдуть із порядку денного дебатів про якісне дослідження. Теза про те, як таке дослідження може одночасно продукувати інтелектуальний виклик, але також бути строгим і орієнтованим на стандарт, не втрачає проблематичності. Так само важливим є схвалення його результатів науковим співтовариством, якщо покладатися на те, що наукова істина має відносний характер. Зрештою, впливовим чинником залишається постать самого дослідника, який ризикнув здійснити якісний проект, оскільки його власна «суб'єктивність», що не зводиться до нуля, зобов'язана бути вельми високої якості, містити в собі розвинену культурну проникливість і здібність до розуміння.

Інтерпретативна схильність завжди супроводжувала соціальні та гуманітарні науки. Соціологія вимушена визначати свою предметну га-

лузь через інтерпретації, оскільки повсякденний досвід, який належить переоформити в наукові дані відповідно до теоретичних і вимірювальних матриць, своєю чергою, вже є символічно структурованим і недоступним простому спостереженню. Ймовірно, це не остання причина з тих, що обумовлюють методологічну амбівалентність соціологічного мислення. Запеклі дебати щодо першорядності якісного чи кількісного дослідження точилися впродовж минулого століття з більшим або меншим успіхом. Традиції антропології та Чиказької школи, що прищепили соціологам смак до безпосереднього спостереження і case study стосовно міської етнографії, культурних або девіантних груп, змінилися на тривалий час структурно-функціональною домінантою і дедуктивними інтелектуальними практиками, що супроводжували її, «об'єктивними» техніками збору даних і стандартизацією аналітичних процедур. У медіа-дослідженнях, наприклад, після виходу есе Роберта Парка «Природна історія газети» Герберт Лассуелл відповідає вже 1927 року на своє ключове запитання – чому кількісний, маючи на увазі контент-аналіз преси, який відкриває нові перспективи. А з 1960-х років на хвилі соціальних потрясінь і перегляду парадигм, що досліджують інституційну стабільність, звернення до вивчення групових феноменів почастішало (у media studies, наприклад, активно досліджували сімейне й етнографічне телебачення) (Лалл, 2002), і до кінця століття вже стали, можливо з випередженням, говорити про «якісний поворот» у соціальних науках. Напруга між методологічними полюсами, зрозуміло, згладжується, привертаючи перспективою взаємної комплементарності або, щонайменше, сумісності. Але не до кінця, загострюючи час від часу інтерес до «проклятих» питань про те, «як є можливим соціальний порядок», і до відомих соціологічних дилем: макро – мікро, холізм – партикуляризм, об'єктивне – суб'єктивне. Якісне і кількісне залишається в їх числі.

Методологічна амбівалентність

Описуючи кожен із підходів, ми приймаємо низку допущень щодо соціального світу, його устрою, механізмів і тенденцій руху. Приклад таких допущень, або умовностей, надає нам Алан Браймен, британський соціолог, відомий у галузі якісної методології. Приклад, який був би вельми корисним для дослідника-початківця і який можна розглядати як базове знання про два методологічні напрями, що протистоять один одному (табл. 1) (Bryman, 1988: 94).

З огляду на таку ідеальну, по суті, модель полярної ідентифікації, є сенс уточнити її окремі складові. Порівняння почнемо з питання про

роль якісних досліджень, що недвозначно нагадує про якусь їх допоміжну, підпорядковану функцію, відповідальну за підготовчу роботу в кількісному проєкті. Справді, зондування громадської думки і цільових аудиторій за допомоги глибинних інтерв'ю або фокус-груп дає нам шанс висунути припущення, які виявляться релевантними для того, щоб їх перевірити в масовому опитуванні згідно з репрезентативною вибіркою. Сьогодні, із зростанням популярності якісних досліджень у соціальних і гуманітарних галузях, їхній статус набуває дедалі більшої автономії не тільки в антропології або етнографії, де їх традиційно практикують. Цілком самостійною і перспективною є їхня роль у маркетинговому дослідженні, де потрібно бути в курсі настанов і поведінки різних груп споживачів, специфіки сприйняття й оцінювання ними ринку. У вітчизняній соціології якісні дослідження все ж таки більше присутні у планах майбутніх, аніж поточних академічних проєктів, а якщо до них і звертаються, то, радше, нехтуючи досвідом і технологіями маркетингу, розробляючи нерідко громіздкі й мало креативні моделі дослідження. Річ ще й у тім, що соціологія і маркетинг віддають перевагу різним якісним методам. Соціологія, за традицією, орієнтована на спостереження і case study, вважаючи їх первинними методами якісного дослідження (*Jankowski, Wester, 1991: 43*) В маркетингу методами, що найбільше практикуються, є технологічніші та результативніші групові дискусії (або фокус-групи) і глибинні інтерв'ю (*Bennett, 1996*).

Таблиця 1

Основні відмінності між кількісним і якісним дослідженням

Критерії	Кількісні дослідження	Якісні дослідження
Роль якісних досліджень	підготовча	використання інтерпретацій акторів
Відношення дослідник – предмет	дистанція	близькість
Позиція дослідника	аутсайдер	інсайдер
Відношення: теорія/концепт – дослідник	підтвердження	випадковість
Стратегія дослідження	структуроване	не структуроване
Масштаб висновків	номотетичний	ідіографічний
Образ соціальної реальності	статичний, зовнішній щодо актора	процесуальний, сконструйований актором
Природа даних	«важкі», надійні	«багаті», глибокі

Відмінності в методологічних настановах диктують протилежне ставлення дослідників кількісного і якісного напрямів до предмета (й об'єкта, як слід було б додати в термінах природничонаукової парадигми), що цікавить їх, і, відповідно, обумовлюють їхню *позицію як суб'єкта, що пізнає*. В першому випадку це позиція незалежного і не впливаючого на епістемологічну технологію аутсайдера, про якого говорив Мертон і який перебуває на дистанції від предмета спостереження, зберігаючи до нього неупередженість. У другому випадку, за якісного підходу, дослідник посідає місце «інсайдера», переймаючись близькістю до предмета, включаючись у його розуміння й інтерпретацію, що робить його досить уразливим через ризик утратити контроль і піддатися впливу середовища, яке він вивчає.

Принципово відмінним в обох підходах є і *статус теорії*, або ключових концептів, які співвідносяться з предметом, що вивчається. Результати кількісного дослідження мають підтверджувати (або спростовувати) гіпотези, сформульовані в рамках певної теорії, – структурного функціоналізму, теорії настанови або, припустимо, біхевіоризму. Лише в цьому разі дослідження набуває логічної завершеності та пояснювального потенціалу. Відповідно, дослідник є обмеженим цими рамками і рухається в річищі мейнстріму. В якісному проекті взаємозв'язок дослідника з теорією та її концептами є не таким визначеним і не виключає випадковості або несподіванки. Це не означає, що, розпочинаючи якісний проект, аналітик не надихнувся ніякою теорією або має про неї невизначені уявлення. Практика свідчить, що початково використовувана концептуальна лексика не обов'язково виявляється затребуваною або прийнятною для репрезентації результатів дослідження, які точніше можуть бути описані за допомоги концептів інших теорій. Скажімо, підсумки групових дискусій, заснованих на уявленнях про соціальну дію в дусі інтеракціонізму, доречніше інтерпретувати, використовуючи концепти теорій дискурсу. З цими можливостями пов'язаний вражаючий пошуковий, творчий, інноваційний ресурс якісного дослідження, його здатність задовольнити найсміливішу авторську уяву.

Опозиція «кількісного і якісного» стосується і *стратегії дослідження*, яке буде детально структуроване і дотримуватиметься чіткої методики, якщо ми використаємо перший підхід. Модель структурованого знімання інформації – опитувальник для інтерв'ю «віч-на-віч» із питаннями, що мають вимірювальну шкалу, тобто інструмент, призначений для квантифікації індивідуальних думок і оцінок із подальшою їх генералізацією. За якісним дослідженням закріпилася дефініція «не структу-

рованного», тобто мається на увазі, що алгоритм отримання інформації та її аналізу не так жорстко запрограмований і його здійснення припускає певну безпосередність, спонтанність, гнучкість, що сприяють кращому розумінню предмета. Стереотипне уявлення щодо «свободи від структури» нерідко переносять на методики якісного дослідження, що не може згубно на ньому не позначатися. Порадник із проведення глибинного інтерв'ю або фокус-групи, так званий гайд, – добре прописаний документ із чітким поставленням завдань і визначенням техніки їх досягнення. «Неструктурованість» належить тут, радше, до участі респондентів, для яких не існує «правильних» і «неправильних» відповідей, натомість робота модератора і аналітика підпорядкована визначеній, відтворюваній у серії однотипних проектів схемі. Саме з підвищенням внеску якісної методології в систематичні дослідження пов'язують її оптимістичну перспективу (Jankowski, Wester, 1991: 73).

Навряд чи зіставними є претензії кількісного і якісного досліджень на *масштаб своїх висновків*. Дотримуючись інтенцій позитивізму, перше претендує на встановлення якщо не законів соціального розвитку, то, щонайменше, правил конституювання і трансформацій суспільного життя, додаючи отриманим висновкам номотетичного, законоподібного характеру. Амбіції якісного підходу є істотно нижчими, але йому не відмовиш у претензіях на ексклюзивність та ідіографічний масштаб результатів, здатних зафіксувати унікальні феномени життєвого світу, культури і повсякденності.

Образи соціальної реальності, з якими мають справу в кожній із дослідницьких перспектив, є різними за своєю природою. Методологія кількісного дослідження передбачає статичну модель дійсності, яка існує поза індивідуальними уявленнями згідно з установленим порядком. Може здатися, що це не відповідає практиці відстеження соціальної динаміки і тенденцій мобільності в соціумі, таких характерних для кількісних описів соціології. Втім, динаміка розуміється тут як послідовність статично зафіксованих ситуацій, виразним зразком чому слугують щорічні соціальні моніторинги. В якісному дослідженні образ реальності розглядають з позицій методологічного індивідуалізму, він є процесуальним, мобільним, конструюється індивідами, учасниками, вписаними в той фрагмент життя, який підлягає вивченню. Дослідникові залишається лише побачити цю реальність із перспективи цих дійових осіб або акторів.

Нарешті, абсолютно різною є *природа даних*, які надають ці два типи досліджень. Кількісні дослідження продукують надійні дані, які гово-

рять самі за себе, претендують на те, щоб стати фактами, з якими не сперечаєшся навіть тоді, коли повсякденний досвід примушує в них засумніватися. Такі дані ефективно конвертуються в цифри, беззаперечний і твердий конструкт, у метафору цілісності (100%) та її частин, яка не потребує розшифрування. Якісне дослідження має у своєму розпорядженні дані глибокі, багаті для адекватної репрезентації предмета в різних контекстах і розуміння існуючої ситуації. Водночас це може бути лише набором стереотипів та інтелектуальних штампів, які туманять загальну картину взаємодій і смислів соціального простору. Отже, не йдеться про пріоритет або більшу достовірність одного з пізнавальних форматів.

Не намагаючись остаточно розв'язати дилему «надійність vs автентичність», дослідники, особливо початківцеві, слід було б захистити себе від несвідомого полонення методологічними імперативами у вигляді непорушних постулатів або інтелектуальної привабливості. Або, як говорить Девід Силверман, автор одного з популярних підручників із якісного дослідження, навчитися уникати «пасток абсолютизму» (*Silverman, 1994: 4–6*). А на його думку варто покластися, оскільки він був одним із чотирьох молодих британських авторів, які опублікували наприкінці 1970-х книгу «Нові напрями в соціологічній теорії», присвячену феноменологічній соціології й аналізу нової ситуації, що склалася в західній соціальній теорії у 60–70-і роки минулого століття. Переклад цієї праці став подією для вітчизняних дослідників, і вона відіграла значну роль у розвитку інтерпретативних напрямів (*Нові напрями... , 1978*).

У методології позитивізму «пастками абсолютизму» можуть бути «сцієнтизм» і «прогрес». Що стосується «сцієнтизму», то зведення його у принцип обертається дедалі більшим віддаленням соціологічної картини світу від реальності, в якій перебувають люди і яку вони описують за допомоги здорового глузду і буденної мови. Прагнення використовувати надто генералізовані наукові концепти на стадії отримання інформації, в опитуваннях, як і за формулювання висновків, призводить до того, що ці висновки вже важко співвіднести із справжнім станом справ у поточних ситуаціях і конкретних контекстах. Соціальна екзистенція зводиться тим самим до набору стандартних змінних (*Blumer, 1956*). І реальність, піддана дослідженню за логічно бездоганними схемами, стає невпізнанною. Або, скажімо, математичне розроблення дедалі вивіреніших способів валідації даних набуває самодостатнього характеру, надмірності щодо необхідних аргументів на користь їх надійності. Концепти «прогресу», а точніше, модерного уявлення про лінійний зв'язок

історичного часу й удосконалення соціуму досить часто в сучасних умовах виявляються нерелевантними. Науково-технічні досягнення, інформаційні вибухи містяться зовсім не в лінійних відносинах із станом навколишнього середовища і людського здоров'я. У складно структурованому соціумі, мережевому глобальному просторі взаємодію багатьох явищ і процесів можна зрозуміти радше в термінах пов'язаності, сумісної присутності, супутності один одному, але не в термінах прямих або причинно-наслідкових залежностей. Тому пошук свідчень соціального прогресу тривіалізує завдання наукового дослідження.

Методологічними глухими кутами інтерпретативних підходів можуть стати, за висловом Силвермана, «туризм» і «романтизм». Під «*туризмом*» у цьому разі мається на увазі легка прогулянка культурою, тобто поверхневий погляд, готовий насититися новим, різноманітним або екзотичним, який не помічає подібностей між культурними середовищами. Ідентичність «туриста» як один із типів сучасної культурної ідентичності є неусталеною, рухомою, мобільною і схиляє акторів до захопленого споживання місць (Уррі, 2005). Схильний до цього дослідник акцентує увагу на своєрідності й унікальності, що перешкоджає йому робити адекватні висновки. «*Романтизм*» бере верх, коли дослідник, здійснюючи глибинні інтерв'ю, фокус-групи, спостереження або текстуальний аналіз, потрапляє в емоційну залежність від тих, за ким спостерігає. Особливо часто таке трапляється за вивчення маргінальних груп, соціально слабких і ущемлених категорій, що повідомляють аналітику про свої проблеми. В результаті критичне ставлення до учасників притуплюється і припиняє слугувати основою розуміння предмета. На скепсис у зв'язку з цим нерідко заслуговують феміністські та інші дослідження, налаштовані на емансипацію і політичні ефекти (Jankowski, Wester, 1991: 57–58).

Вибір методології наукового проекту – прерогатива дослідника, який здійснює його завдяки своїм інтелектуальним перевагам, хоча ригоризм і безапеляційність уже не є при цьому найкращими орієнтирами. Сучасне соціологічне дослідження, від якого очікують переконливих емпіричних результатів, дедалі частіше використовує комбіновані стратегії, які об'єднують якісні та кількісні підходи (Ядов, 1999). Для цього необхідно мати глибші уявлення про предмет і бути конкретнішими і точнішими в поставленні дослідницьких завдань. Щоб розраховувати на успішність цього підприємства, соціолог повинен, щонайменше, мати добру школу, соціологічну уяву і смак або відчуття міри, що дозволило б йому чітко з'ясовувати взаємні претензії та загальні перспективи двох методологічних допущень.

Визначаючи предмет дослідження

Сформулювати предмет дослідження неможливо поза теорією, яка центрує концепти, надаючи можливість описати за їхньої допомоги соціальну проблему, що нас хвилює. І тим самим перевести її в проблему наукову, виразивши в термінах соціології. Можна сказати, що без теорії було б нічого досліджувати, тобто предмет не був би науково ідентифікований, і саме теорія обирає мову втілення нашої логіки й інтуїції. Тому навіть у суто емпіричних або практичних проектах теорія залишається латентною підставою їх реалізації. В якісних підходах, про що вже йшлося, теза про взаємозв'язок теорії й емпіричного дослідження не виглядає такою ствердною. Особливістю якісного дослідження вважають те, що первинні формулювання проблеми здійснюються в загальних термінах буденної мови або культурного діалекту і тільки потім концептуалізуються. Методологічний радикалізм попереджає, що «теоретичні твердження слід виводити – принаймні частково – з галузі дослідження або його об'єкта» (*Jankowski, Wester, 1991: 45*). Питання про те, як синтезується знання, залишається, звичайно, відкритим. Проте континуум відповідностей методологічного підходу, теоретичних концептів і методів емпіричного аналізу є досить прозорими, якщо подати їх схематично, як це робить Девід Силверман, керуючись дидактичними завданнями (табл. 2) (*Silverman, 1994: 21*). Позитивізм дає структурні пояснення соціального світу в усіх своїх причинних залежностях у термінах соціальної структури і соціальних фактів, ґрунтуючись на кількісних методах аналізу, які використовують для емпіричного підтвердження гіпотез. Інтерпретативна наука орієнтована на конструювання соціальної реальності, в якому ключовими концептами є соціальні значення і смисли, а емпірична реальність розуміється за допомогою якісних методів, що мають ресурс породжувати гіпотези.

Таблиця 2

Дві «школи» соціальної науки

Підхід	Концепти	Методи
Позитивізм	Соціальна структура, соціальні факти	Кількісні, такі, що перевіряють гіпотезу
Інтерпретативна соціальна наука	Соціальне конструювання, смисли і значення	Якісні, такі, що породжують гіпотезу

Континуум відповідностей, поза сумнівом, розгалужується, коли перед нами постає реальна проблема, що збуджує науковий і громадський

інтерес. Сприймавши повчальну або тренінгову інтенцію, можна переконатися в цьому на прикладі з *media studies*. Культурний неспокій через велику кількість жорстокості та насильства на екранах телебачення підтримується укоріненими побоюваннями респектабельної критики, особливо стосовно дитячої та молодіжної аудиторій. Заперечення опонентів зводяться до важливих тез на захист репрезентацій «справжньої» реальності, свободи вибору, опору апологетиці, зрештою, глядацьких переваг на ринку задоволень, і дискусанти, схоже, не прагнуть до компромісу. Соціологи по-різному реагують на цю проблему, по-різному модифікують її у предмет свого дослідження, розуміють і пояснюють ситуацію та її соціальні наслідки. Наведемо приклади.

У рамках *структурного функціоналізму*, лояльного до зразка позитивної науки, предметне поле буде визначене в контексті змін інституційного статусу і функцій телебачення в умовах ринку і глобальної культури, механізмів соціалізації молодих людей у сучасному світі, трансформації норм і цінностей у суспільстві. Такими і будуть концептуальні коди репрезентативних опитувань медіа-споживання або контент-аналізу телепрограм.

У перспективі теоретичних напрямів, відомих своїми вирішальними інвестиціями в якісні дослідження, визначення проблеми і предмета уваги істотно відрізнятимуться від попереднього.

Орієнтований на *символічний інтеракціонізм* приймає розвинені слідом за Мідом і Блумером твердження, що люди діють на основі тих значень і смислів, які вони приписують об'єктам і ситуаціям і які можна реінтерпретувати у процесі взаємодії. У фокусі дослідження, таким чином, опиниться рухливість меж допустимої поведінки підлітків, які регулюються оцінками референтних груп. Безпосереднє спостереження, групові дискусії нададуть для цього матеріал. Прихильність *драматургічній версії* Гофмана змістила б акцент у бік конструювання іміджів тинейджерів (від «жорсткого героя» до «м'якого гуманіста»), які дозволяють управляти враженнями інших і комунікацією з ними.

Визначення предмета в дусі *етнометодології* та ідей Гарфінкеля про «практичний соціологічний аналіз» потребувало б ідентифікувати правила, яких люди дотримуються, пояснюючи собі та іншим, як улаштований соціальний світ і яким є соціальний порядок. Але також порушення цих правил, які ведуть до втрати згоди в буденному житті, фрустрації повсякденності та її розпаду. Прийнятний матеріал для аналізу – повсякденні розмови про насильство і жорстокість серед молоді, спонукувані, зокрема, телепередачами й інтернетом.

Антропологічні й етнографічні дослідження концентруватимуться, наприклад, на дескриптивному аналізі культурної обумовленості телеперегляду в міському або сільському середовищі та сприйняття жанрових програм, новин або серіалів.

Соціальний конструктивізм надасть сегментацію символічного універсуму, легітимовану телебаченням, на основі аналізу атиitudів і поведінки підлітків, а також аналізу змісту телепродукції.

Критичні cultural studies, гендерні дослідження в дусі Фуко або Дж.Батлер заглиблюються в тему владної домінанти у виробництві ідентичностей і впливу на цей процес дискурсу еліт, використовуючи дані як опитувань та інтерв'ю, так і особистих щоденників або публічних висловів репрезентантів досліджуваних груп.

Зрозуміло, що цю фрагментарну презентацію без зусиль можна розширити і доповнити ілюстраціями. Але тільки з однією метою – підтвердити те, що теорія навчає нас мови практичного дослідження і що якісні дослідження тут не є виключенням. «Предметне поле має бути теоретично обґрунтоване, швидше ніж детерміноване технічними можливостями і параметрами (що можна виміряти, що може бути вибране)», – постулює в методологічних приписах із цього приводу Девід Силверман (*Silverman*, 1994: 29). Залишається зрозуміти, як зробити ці концептуальні мови сумісними, як того очікують від комбінованих соціологічних проєктів.

Ефекти автономії текстової реальності

Взаємна проникливість кількісного і якісного, їх обоєпільні переходи і вторгнення на території, що нібито їм не належать, але з якихось причин не чинять опору, виразно спостерігаються в різноманітності методів і технік текстуального аналізу. Можливо, тому, що сам текст – утворення до такого ступеня складне, що його реальність у своєму цілісному, не членованому ефекті є сильнішою за відмінності в огляді цієї реальності з різних перспектив. Навіть якщо, випробовуючи прихильність до деконструктивізму, погодитися, що в тексті нічого немає, крім відмінностей. Зусилля застосувати до аналізу тексту абстрактні конструкції майже завжди виявляються марними, оскільки текст вислизає від повного підпорядкування класифікації та категоризації, залишаючи порожнечі в багатообіцяючих аналітичних моделях. І навпаки, завжди залишаються текстові фрагменти, символи, смисли, що в ці моделі не потрапили. Але, може, саме вони за якихось обставин і будуть найбільш значущими.

Суто кількісні прийоми текстуального аналізу з'явилися як результат можливостей комп'ютерних програм. Усі технології, що були до цього, мали тією чи тією мірою якісну, інтерпретативну основу, якщо приймали за об'єкт завершені знакові структури, якими є тексти. (див. рис.). Але якщо для *традиційного аналізу* і *біографічного нарративу* інтерпретації могло бути достатньо, то решта способів прочитувати текст не включали елементів кількісного вимірювання. Особливо в разі використання текстових масивів, такого характерного для соціології. У *групових дискусіях*, із транскриптами яких працює аналітик, кількісні процедури застосовують досить часто, хоча результати фіксують, радше, в узагальнених показниках – «половина», «третина» або «більша» і «менша» частини висловів або символів. В *аналізі дискурсу* розраховують коефіцієнти інформативності тексту, частоти в лексичних рядах. Приміром, у вихідному *структурному аналізі* В.Проппа було встановлено 7 основних персонажів і 36 сюжетних функцій чарівної казки, не говорячи вже про сучасне моделювання структури жанрових культурних продуктів. *Контент-аналіз* проєктують за канонами чіткого наукового підходу, і кількісне вимірювання тексту припускає складне статистичне оброблення. Тобто в текстуальному аналізі комплементарність якісного і кількісного сприймається майже природною. Проте ця опозиція модифікується не прямим чином і переходить в інші методологічні проблеми.

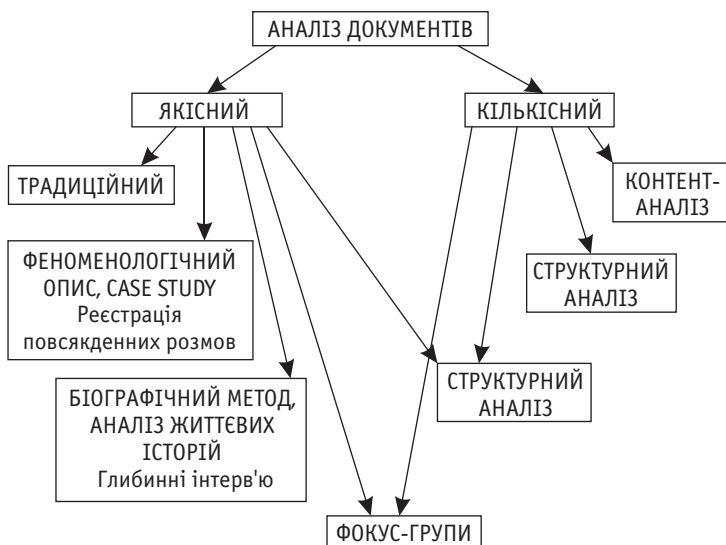


Рис. Аналіз документів: простір технологій

Більшість методів і технік із тих, які використовують у якісних дослідженнях, детально прописані в численній на сьогодні навчальній і науковій літературі. Подано їх і в цій книзі. Є сенс, хоча б ненадовго, звернути увагу на методологічні сумніви і новації всередині самої інтерпретативної науки, які дедалі виразніше даються взнаки. На тлі епістемологічних труднощів із категорією «суб'єктивного» в репрезентації симульованих просторів і утворень сучасної культури рішуче переосмислюються концепції «розуміння» й інтерпретації і складаються нові до них підходи. Розуміння як інструмент герменевтики завжди припускало виявлення якихось цінних значень і смислів, що стоять за розглядуваним нами текстом або прихованих у його глибинах. При цьому само собою малося на увазі й те, що у зайнятого такою спеціальною роботою дослідника це виходить незрівнянно точніше і краще, ніж у індивідів, що діють у життєвому світі. Майже все ХХ століття ця інтенція надихала лінгвістичні та семіотичні дослідження, в тому числі в галузі соціології. Натомість деконструктивізм з ентузіазмом показав зворотне – що будь-яка спроба встановити точне значення тексту є приреченою і що очікуваний прорив у зовнішній світ через мову вельми проблематичний, якщо не дотримуватися вже зовсім радикальних висновків про неможливість референції до дійсності за допомоги мови. Як це, наприклад, демонструє Дерріда у своєму досвіді читання американської Декларації незалежності (Дерріда, 1994). Або ж Борхес, розповідаючи про письменника П'єра Менара, у якого «абсолютно нова» і «сучасна» інтерпретація «Дон Кіхота» втілилася в текст, повністю ідентичний оригіналу. Проте, крім претензій на означення, текст має матеріальну предметність, що впливає на наше тіло фізично, повідомляючи йому ритми, звукові та зорові коливання і здійснюючи «якнайлегший дотик матеріального світу», тобто пропонує нам реальні контакти з дійсністю (Гумбрехт, 2008). Це також поширюється на інші матеріальні агрегати – речі, техніку, візуальне середовище, що оточує нас. Визнавати такі контакти значущими означає апелювати до іншої чутливості щодо людського існування, екзистенції і, кінець кінцем, до пошуку нових шляхів бути гуманним.

У цьому разі інтерес викликає не глибина, що доходить до суті, не «справжні задуми і сподівання», які, можливо, й укладені в текст, але які не досягнути. Інтригує «поверхня» тексту та її плотьські властивості, що продукують, наприклад, ефект перебування в історичному місці та часі, як показує Ханс Ульріх Гумбрехт у книзі про 1926 рік у Європі (Гумбрехт, 2005: 477–479). Схожими «матеріалістичними» інтуїціями рухомий «новий позитивізм» Бруно Латура, що приписує речам зіставний із

людським статус в організації соціального світу (Латур, 2006). Або Фрідріх Кіттлер, який розглядає медіа-історію крізь призму технологічної логіки, яка тільки випадково і непостійно виявляється синхронною людському сприйняттю (Kittler, 1997). Такий стиль мислення йде врозріз із традицією герменевтики, з популярним у соціології дискурсивним підходом, що зобов'язує розпізнавати структури і коди влади в дискурсивних порядках. Радше це анти-герменевтика, готова звільнити значення і смисли від знаків величі в культурних дослідженнях. Але привнести в них переконливість онтологічних режимів і матеріальної реальності.

Затверджується водночас і примирлива точка зору, що не виключає можливості компромісу і сумісності між прерогативою матеріальності та пріоритетом смислів у людській комунікації. Не тільки за рахунок визнання близькості матеріальності та фактичності до предмета нових антропологічних досліджень і неможливості обійтися без інтерпретаційної роботи у поданні обмінів між людьми і речами. Але також у результаті яснішого розуміння багатовимірності текстів культури, неординарного співвідношення в них трансцендентального й емпіричного (Fornäs, 2008; Hansen, 2006), що відкриває нові можливості для якісних досліджень.



Література

1. Вебер М. Основные социологические понятия // Вебер М. Избранные произведения. – М.: «Прогресс», 1990. – С. 602–643.
2. Гумбрехт Х.У. В 1926 году: На острие времени. – М.: «Новое литературное обозрение», 2005.
3. Гумбрехт Х.У. Чтение для «настроения»? Об онтологии литературы сегодня // НЛО. – 2008. – № 94 // <http://magazines.russ.ru/nlo/2008/94/gu2.html>.
4. Деррида Ж. Отобиографии. Декларация независимости // Ad Marginem'93. – М.: «Ad Marginem», 1994. – С. 174–183.
5. Знанецкий Ф. Мемуары как объект исследования // Социологические исследования. – 1989. – № 1. – С. 106–110.
6. Лалл Д. Медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід. – К.: «К.І.С.», 2002.
7. Латур Б. Нового времени не было. Эссе по симметричной антропологии. – СПб: Изд-во Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2006.
8. Новые направления в социологической теории. – М.: «Прогресс», 1978.

9. *Урри Д.* Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – С. 136–151.
10. *Ядов В.А.* Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет», 1999.
11. *Bennett P.* Qualitative Research. // ESOMAR Seminar on Quality Standards: “Quality Enhancement and Evaluation in Market Research”. Sofia-Budapest, February, 1996.
12. *Blumer H.* Sociological Analysis and the “variable” // American Sociological Review. – 1956. – 21. – P. 633–660.
13. *Bryman A.* Quantity and Quality in Social Research. – London: Unwin Hyman, 1988.
14. *Denzin N.* The Research Act in Sociology. – London: Butterworth, 1970.
15. *Fornäs J.* Bridging gaps: ten crosscurrents in media studies // Media, Culture & Society. – 2008. – Vol. 30. – P. 895–905.
16. *Goldthorpe J.H.* Sociology as Social Science and Cameral Sociology: Some Further Thoughts. European Academy of Sociology, Third Annual Lecture, Paris, 25 October 2003 // European Sociological Review. – 2004. – Vol. 20. – N 2. – P. 97–105.
17. *Hansen M.* Media Theory // Theory, Culture & Society. – 2006. – Vol. 23. – P. 297–306.
18. *Hammersley M.* On feminist methodology // Sociology. – 1992. – Vol. 26. – N 2. – P. 187–206.
19. *Jankowski N.W., Wester F.* The qualitative tradition in social science inquiry: contributions to mass communication research. // A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research (Ed. by Nicholas W. Jankowski and Klaus B. Jensen). New York: Routledge, 1991.
20. *Kittler F.A.* Literature, Media? Information Systems: Essays. – Amsterdam: G+B Arts International / OPA, 1997.
21. *Silverman D.* Interpreting Qualitative Data. London: SAGE Publication, 1994.

Словник термінів

Інтерпретативна соціальна наука – комплекс дисциплін і наукових підходів, орієнтованих на методологію «розуміння» соціальних взаємодій індивідів і груп і конструювання соціальної реальності (інтеракціонізм, антропологія, етнографічні дослідження, феноменологічні та гуманітарні версії соціології). Ключовими концептами інтерпретативного дослідження є соціальні значення і смисли, які розпізнаються в емпіричній реальності за допомоги якісних методів, що мають ресурс породжувати гіпотези.

Надійність якісного дослідження – визначення прийнятної міри суб'єктивності інтерпретацій, яка встановлюється за допомоги незалежного критерію (використання різних методів для розв'язання завдання – триангуляція, порівняння з даними інших дослідників, схвалення науковим співтовариством, культурна компетентність дослідника).

Природничонауковий еталон пізнання в соціології – постулює принципову близькість природничонауковим методам, перевірку кореляцій між змінними, верифікацію даних, максимальну відстороненість дослідника від об'єкта з метою виключити будь-які можливі на нього впливи. Позитивізм, який дотримується цього еталона, дає структурні та функціональні пояснення соціального світу в його причинних залежностях у термінах соціальної структури і соціальних фактів, використовуючи кількісні методи аналізу для емпіричного підтвердження гіпотез.

Номотетичний масштаб висновків – (гр. *nomos* – закон) згідно з природничонауковим еталоном, пізнання претензії соціального дослідження на продукування законів організації та функціонування суспільства, генералізацію норм відтворення суспільного життя

Ідіографічний масштаб висновків – (гр. *idios* – своєрідний) згідно з індивідуалізуючим методом наук про культуру, орієнтованість соціальних і гуманітарних досліджень на фіксацію й опис унікальних, особливих феноменів і емерджентних станів життєвого світу, культури і повсякденності.

Аутсайдер – статус дослідника, що посідає позицію незалежного спостерігача стосовно об'єкта дослідження і перебуває від нього на дистанції. Протилежний йому статус – **інсайдера** – наказує дослідникові перебувати в середовищі, що вивчається, вступати з ним у комунікацію з метою розуміння його культурних особливостей.

Контрольні запитання

1. Якими є основні методологічні допущення щодо відмінностей якісного і кількісного досліджень?
2. Чим відрізняються стратегії «структурованого» і «не структурованого» дослідження?
3. Які методологічні ризики позитивізму та інтерпретативних підходів у соціології?
4. Як співвідносяться образи реальності, передбачувані позитивізмом та інтерпретативною наукою?
5. У чому полягає принципова відмінність у позиціях аутсайдера та інсайдера в соціологічному дослідженні?



Теми рефератів

1. Методологічна амбівалентність сучасного соціологічного дослідження
2. Постановка наукової проблеми в якісному дослідженні
3. Взаємодія якісного і кількісного в текстуальному аналізі
4. Теорія і методи в якісному дослідженні: сумісність і релевантність використання
5. Інновації в сучасних інтерпретативних підходах до вивчення культурних продуктів

Лекція 2

ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СУЧАСНІЙ СОЦІОЛОГІЇ

Якісні дослідження стають дедалі популярнішими в сучасній соціології та суміжних дисциплінах. Про це свідчить значне зростання кількості підручників і монографій із цієї тематики. Так, у впливовому видавництві академічної літератури «Sage» у 1980–1987 роках видано 10 назв із відповідної проблематики, у 1988–1994-х – 33; у 1995–2002-х – більш ніж 130. Розширюється перелік дисциплін, у яких використовують якісні підходи: соціальна географія, психологія, соціологія, антропологія, педагогіка, бізнес і менеджмент, соціальна робота, маркетинг, соціальна історія, політологія, культурні студії, комунікативістика і мас-медійні дослідження. Період гострих дискусій, протиставлень кількісних і якісних підходів у соціальних науках змінився інституціоналізацією останніх, розумінням доцільності кожного в розв’язанні специфічного спектра завдань, одночасного використання обох підходів у разі необхідності.

Соціологія, як відомо, є мультипарадигмальною наукою, і в різних теоретичних підходах по-своєму трактує принципові питання щодо природи (соціальної) реальності, мети дослідження, відповідних методів і технік, перевірки якості результатів, впливу результатів досліджень на практику. Критика, дискусії, непорозуміння прихильників якісних і кількісних підходів пов’язані саме з намаганнями оцінювати дослідження, проведені в рамках однієї парадигми, з перспективи іншої. В підручниках із якісних досліджень автори часто орієнтуються на три «укрупнені» парадигми в соціальних науках: позитивізм і постпозитивізм, конструкціонізм, критична теорія (Ньюман, 1998; Guba, Lincoln, 1994; Willis, 2007). У соціології більшість емпіричних досліджень пов’язані з першою парадигмою, яку також називають *об’єктивістською* (структурний функціоналізм, біхевіоризм, теорія раціональної дії тощо). Закладається, що (соціальна) реальність має об’єктивну природу, яку люди-

на здатна пізнавати, розкривати певні закономірності, що мають імовірнісний характер. Досягненню істинного (наближеного до істини) знання перешкоджає суб'єктивність – і соціологічних даних, і самих дослідників із їхніми цінностями, упередженнями тощо. Ці аспекти треба контролювати, перевіряючи інструментарій дослідження, зіставляючи результати повторних досліджень і т. д. Перевагу надають кількісним методам і технікам, чіткому дотриманню уніфікованих, стандартизованих етапів процедури дослідження. Якісні методи відіграють допоміжну роль, можуть використовуватися на розвідувальному етапі.

Від початків становлення соціології розвивається й інший напрям, де підкреслюється, зокрема, що знання про соціальну реальність може мати ідіографічний характер (оснований на вивченні унікального, особливого), а не номотетичний (такий, що встановлює закономірності). Ідеї необхідності *розуміння* суб'єктивної реальності, врахування визначення ситуації індивідами, гуманістичної орієнтації соціального пізнання розвивають В. Дільтей, М. Вебер, Г. Зіммель, Ф. Знанецький, У. Томас та ін. Пізніше в цьому річці відбувається становлення інтерпретативної, конструкціоністської соціології, соціології повсякденності (символічний інтеракціонізм, соціальна феноменологія, етнометодологія). Тут наголошується, що соціальне життя існує внаслідок надання йому значень і смислів людьми, відтворення його у процесах взаємодії, комунікації, узгоджень. Ситуації повсякденної взаємодії треба вивчати в соціокультурному контексті, щоб можна було розкривати суб'єктивні системи значень, інтерпретувати їх, осягати смисли. Завдань, які ставлять перед собою представники цих підходів, можливо досягти за умови ретельних спостережень, витлумачень свідчень життєвого досвіду, деталізованих описів мікроконтекстів. Звісно, що перевагу надають якісним методам і технікам збирання й аналізу інформації.

На розвиток якісної соціології значний вплив справляють ідеї прихильників «критичного підходу» – представників франкфуртської школи (Е. Фром, Т. Адорно, Ю. Габермас та ін.), «культурних студій», започаткованих С. Холлом і Р. Уільямсом, акціоністської соціології А. Турена, феміністських досліджень та ін. Усіх їх об'єднує інтерес до розкриття прихованих структур, які визначають спосіб життя людей у певну епоху, до виявлення механізмів, що дозволяють одним групам людей домінувати над іншими. Гегемонія, ідеологія, хибна свідомість, класова, расова, гендерна, етнічна нерівність – це ті поняття і проблеми, які вони вивчають, використовуючи як кількісні, так і якісні методи і техніки. Серед останніх привертають увагу семіотичні, соціо-

лінгвістичні підходи до аналізу текстів культури (реклама, фільми, преса тощо), а також дослідження, здатні показати людям реальний стан речей, звільнити від ілюзій, змінити ситуацію на краще, на користь тих, хто перебуває в ситуації підлеглості (з боку влади, держави, місцевої адміністрації тощо).

В історії соціології можна вирізнити періоди, коли якісні методи в емпіричних дослідженнях були популярними різною мірою. Пов'язують це з домінуванням або ослабленням позитивістської парадигми. В 1920–1930-і роки, коли в соціології лише ведуть пошуки і відпрацювання методів репрезентативних опитувань, кількісного контент-аналізу документів, якісні та кількісні підходи співіснують. Чиказька соціологічна школа в ці роки дала класичні взірці якісних досліджень, які не лише документували, описували соціальні проблеми за допомоги біографічного методу, кейс-стаді (вивчення окремого випадку), а й вирізняли соціально-типові зразки поведінки, досягали певних теоретичних узагальнень. Домінування в теорії структурно-функціональних підходів, кількісних способів збирання й аналізу даних маргіналізують місце якісних досліджень, які до того ж потребують значно більше часу і зусиль. Ця ситуація була характерною до кінця 1960-х років, коли настає так званий антипозитивістський перелом. За бурхливих соціальних змін у західному суспільстві (правозахисні рухи, антивоєнні виступи і протести) активізується розвиток інтерпретативних, критичних підходів, що фокусують увагу на індивіді як активній і творчій силі суспільних процесів, на суб'єктивності, повсякденних значеннях і смислах, без яких важко зрозуміти сутність соціальної реальності. В соціальному дослідженні важливими стають реформаторські інтенції, критика ціннісної нейтральності. Якісні підходи у зв'язку з цим починають користуватися дедалі більшою увагою і популярністю, розробляються й удосконалюються їх методологічні засади й операційні процедури. Великий вплив на розвиток якісних досліджень у соціології мали досягнення культурної антропології, психології, соціальної історії, літературознавства, семіотики тощо. Неабияку роль відіграють праці представників таких напрямів думки, як постструктуралізм, фемінізм, постмодернізм.

Сьогодні спостерігається значний поступ в інституціоналізації якісних досліджень у світовій соціології. Діють дослідницькі комітети з якісних, біографічних досліджень у Міжнародній соціологічній асоціації, Європейській соціологічній асоціації, багатьох регіональних і національних асоціаціях соціологів. Відбуваються міжнародні конференції з якісних досліджень, організовуються секції в рамках міжнародних,

європейських, національних соціологічних конгресів і форумів. Видаються спеціалізовані журнали, наприклад «Qualitative Sociology», «Qualitative Sociology Review», «Qualitative Research», за окремими напрямками – біографічними, етнографічними, акціоністськими, візуальними дослідженнями. Сьогодні якісні дослідження в соціології мають здебільшого американське і західноєвропейське «обличчя», проте процеси глобалізації, спрощення способів обміну інформацією, досвідом, міжнародне співробітництво дослідників у цій сфері, а також зусилля ентузіастів сприяють розвитку якісних досліджень і у вітчизняній соціології. Соціальна затребуваність їх не може викликати сумнівів.

Розглянемо основні *типи якісних досліджень*.

Біографічне дослідження

Біографічний підхід відомий у багатьох соціальних науках – історії, літературознавстві, психології, етнографії, історії. В соціології (авто)біографічний метод (метод особистих документів) орієнтований на пізнання соціального через вивчення повсякденного життєвого досвіду людей, викладеного в часовій перспективі та зафіксованого в особистих документах (автобіографіях, щоденниках, листах, розповідях про життя тощо). Біографічні дослідження визначають як сукупність способів збирання й аналізу особистих документів, котрі містять авторські повідомлення людей про власний життєвий досвід.

У становлення і розвиток біографічного методу найбільший внесок зробили представники чиказької та польської соціологічних шкіл. Авторитетним початком таких досліджень стала монографія Вільяма Томаса і Флоріана Знанецького «Польський селянин у Європі та Америці» (1918). Метод життєвої історії (life history) допомагав у вивченні актуальних соціальних проблем: девіантної поведінки, безробіття, міграції тощо. Відомими працями на основі або з залученням особистих документів є «Бурлака» Н. Андерсона, «Золоте узбережжя і нетрі» Г. Зорбо, «Дансинг із професійними партнерами» П. Крессі, «Самогубство» Р. Каван, «Професійний крадій» Е. Сазерленда та ін. У 20–30-і роки минулого століття Ф. Знанецький став ініціатором використання автобіографічного методу в Польщі (Знанецький, 1998). Його послідовники (Ю. Халасинський, Ф. Якубчак та ін.) підкреслювали переваги автобіографічних документів – можливість урахування суб'єктивної картини світу індивіда, виявлення на їх підставі типових для певних соціальних кіл цінностей і значень, ретроспективний доступ до цілісного і взаємопов'язаного життєвого досвіду. Було обгрун-

товано й засади традиційного варіанта біографічного методу: пошук у текстах особистих документів об'єктивної реальності та намагання елімінувати завжди наявну їх суб'єктивність; прагнення дотримуватися позитивістських канонів у трактуванні особистих документів; вивчати суб'єкт у його «природному» середовищі; знаходити за допомоги цього методу ефективні шляхи розв'язання соціальних проблем суспільства (Скокова, 1998).

У 1940–1960-і роки розвиток біографічного методу відбувався, радше, в напрямку його екстенсивних модифікацій: кількісних і кількісно-якісних способів аналізу особистих документів, застосування їх у рамках міждисциплінарних проєктів. Стрімке поширення біографічних досліджень з 1970-х років було пов'язане з розвитком концепцій інтерпретативної соціології в рамках антипозитивістського перелому, які підкреслювали роль суб'єктивності в соціальному житті, необхідність урахування в наукових інтерпретаціях перспективи бачення світу індивідом (див. докладніше: Симончук, 2008). Відбувається в цей період і поглиблення методологічної рефлексії щодо потенціалу якісних досліджень, зокрема, розроблено концепцію угрунтованої теорії А. Штрауса і Б. Глейзера. Розвитку біографічних досліджень у соціології сприяла також взаємодія з напрямом *усної історії*, поширеним у соціальній історії, етнографії, культурній антропології. Популярності біографічним дослідженням додало й їх інституційне оформлення: 1978 року на Міжнародному соціологічному конгресі сформувалася група «Біографія і суспільство», а 1986-го засновано дослідницький комітет (RC 38) Міжнародної соціологічної асоціації, який видає інформаційний бюлетень і часопис «Life Stories/Recits de vie».

Вирізняють два основні підходи, характерні для біографічних досліджень у сучасній соціології. Перший називають об'єктивним/аналітичним/соціоструктурним, другий – інтерпретативним / конструкціоністським / соціосимолічним (Denzin, 1989). Перший підхід, своєю чергою, поділяється на традиційний, класичний і сучасні аналітичні підходи. Прикладом класичного підходу є автобіографія правопорушника Джека Роллера, яку аналізував Кліфорд Шоу (1930), досліджуючи кримінальну субкультуру в американському суспільстві. Таке використання автобіографії передбачає трактування мови (тексту автобіографії) як прозорого засобу, що дає можливість перейти до реальної позатекстової дійсності та здійснити її уявну реконструкцію.

У працях сучасних німецьких соціологів Мартіна Колі, Інгеборг Хелінг, Ульріха Овермана найповніше розвинуто *об'єктивний підхід*

до аналізу автобіографічних документів. Одним із його варіантів є концепція «об'єктивної/структурної герменевтики», розроблена У. Оверманом. Він виокремлює два основні моменти: існують як латентні структури смислу, які не усвідомлюються інформантом, так і значення, з наміром виражені. Немає сенсу питати респондентів, що вони мали на думці під час створення тексту, оскільки їхні вербальні акти зумовлені глибинними структурами значень, які неповно представлені у свідомості. Шанс відтворити структуру окремого випадку і соціальних процесів, які обумовлюють його, мають лише дослідники, котрі ретельно, екстенсивно, рядок за рядком витлумачують транскрипти інтерв'ю. Така процедура відбувається, як правило, в дослідницькій групі, щоб запобігти суб'єктивізму (див. докладніше: *Тичер, Мейер, Водак, Bemmer, 2009: 273–292*).

Іншим прикладом *об'єктивного підходу* може бути так званий метод соціальних генеалогій, який розробляють з 1980-х років у Франції, Англії, Канаді. Метою такого підходу, на думку Данієля Берто, є поєднання переваг кількісних і якісних досліджень. Статистика вказує на загальні тренди, розповіді про життя зосереджують увагу на окремому життєвому шляху, натомість соціальні генеалогії дозволяють спостерігати взаємодію і взаємопов'язаність загальних тенденцій і життя окремих людей (*Bertaux, 1995*).

Другий підхід – *інтерпретативний* – розглядає автобіографічні матеріали як конструкцію, твір, белетристичну версію життєвого досвіду особи. (Авто)біографічні тексти трактують як самодостатні одиниці, що аналізуються з метою відкриття їхніх структурних властивостей. Текстуальний аналіз спрямований на виявлення соціокультурних засобів, які використовують члени суспільства під час інтерпретації соціальної реальності, зокрема у процесі конструювання власної біографії. Саме на це спрямовані етнометодологічні, соціосеміотичні та соціолінгвістичні підходи до біографічної нарації. Дослідники, що працюють у напрямі, розробленому німецьким соціологом Фріцем Шюце (контекст символічного інтеракціонізму чиказької школи), намагаються несуперечливо поєднати об'єктивні характеристики життя індивіда і суб'єктивні значення, які він надає своєму життєвому досвіду, застосовуючи соціо-структурний і соціолінгвістичний підходи в аналізі біографічних нарацій.

Теоретичний статус сучасних біографічних досліджень може бути різним. Одні з таких досліджень мають описовий характер – право голосу насамперед надається тим, кого не чутно в офіційному дискурсі; ін-

ші – пояснювальний, коли концептуально узагальнюється певне соціальне явище. Науковці спрямовують свої зусилля на пошук закономірностей, що стосуються окремих випадків, історично і соціально визначених груп, або на виявлення структур інтеракції, повсякденного знання, дискурсивних формацій.

Уґрунтована теорія (grounded theory)

У 1960-і роки створюється уґрунтована теорія, що відповідає духові постпозитивізму, намаганням поєднати вимоги суворой науковості зі специфікою гуманістичного бачення світу, а також прагненням до технологізації процедур якісних досліджень. Основні її положення розроблені американськими соціологами Ансельмом Штраусом і Берні Глейзером і вперше детально викладені у праці «Відкриття уґрунтованої теорії» (Glazer, Strauss, 1967). У подальшому вони уточнювалися й доповнювалися в таких публікаціях: «Теоретична сенситивність» (1978) Б. Глейзера, «Якісний аналіз для соціальних дослідників» (1987) А. Штрауса, «Уґрунтована теорія в практиці» (1997) А. Штрауса і Дж. Корбін.

Прихильники уґрунтованої теорії намагаються зрозуміти людський досвід якомога більш операціонально і детально. Передбачається пошук та ідентифікація категорій і понять, які вирізняються з емпіричних даних (тобто «ґрунту»), і пов'язання цих понять у теорію, поступове її генерування. За допомоги цієї методології запропоновано конструювати теорію двох видів: *змістовну* і *формальну*. Перша розробляється для концептуалізації змістовної/емпіричної сфери соціологічних досліджень (професійна освіта, делінквентність, етнічні відносини, дослідницькі установи тощо); друга – для формальної, концептуальної сфери (девіантна поведінка, соціальна організація, соціалізація, відповідність статусу, авторитет і влада, соціальна мобільність і т. д.). Обидва види відносять до теорій середнього рівня за класифікацією Мертона. Прикладом можуть слугувати теорії, подані в монографіях А. Штрауса і його колег: «Статусний перехід» (1971), «Негоціації» (1978), «Соціальна організація медичної праці» (1985).

Процедура дослідження у стилі «уґрунтована теорія» відтворюється в багатьох сучасних якісних проектах. *Збирання даних та їх аналіз розпочинають одночасно*, адже результати аналізу використовують у наступних інтерв'ю чи спостереженнях. Це не означає, що дані акумулюються безсистемно. Відповідно до деяких загальних підстав (досвіду, аналогічних досліджень, поширеної практики) формують попередню, «відкриту» вибірку, тобто приблизно визначають, які й скільки груп

індивідів необхідно відібрати для зіставлення (часто говорять про *теоретичну вибірку*). Крім того, соціолог виходить у поле з певним набором запитань, а у процесі співбесід із респондентами, спостережень генерує нові або уточнює попередні. Це допомагає визначитися, які та скільки груп у вибірці потрібно відібрати для порівняння. Основною технічною процедурою є *кодування*, тобто виявлення в емпіричних даних певних категорій і значень.

Аналіз уже першої порції даних є дуже важливим для вибору подальшого напрямку дослідження: соціолог вирішує, що саме і де треба продовжувати шукати, деталізує контексти і час спостережень, розширює коло респондентів, думки і судження яких здатні інтенсифікувати процес кристалізації концептуальних схем чи моделей. Гіпотези формуються у процесі польової роботи, коли дослідник установлює зв'язки між категоріями. Ці гіпотези радше схожі на теореми, для яких подано лише загальні умови, ніж на теореми, які повністю можна довести. Постулюється підпорядкування дедукції індуктивному методу. Індукція підтримується інтуїцією і досвідом дослідника, що допомагає формулюванню гіпотез.

Інакше кажучи, процес збирання даних становить водночас і процес створення припущень, що мають розгортатися в теорію. Угрунтована теорія – це ітеративний, циклічний процес, коли аналітик дедалі більше занурюється в емпіричний матеріал і розробляє дедалі адекватніші досліджуваному феноменові поняття і моделі. Основна процедура теоретичної вибірки – *порівняльний метод*. Передбачається: а) порівняння випадків, подій, явищ і типів поведінки для визначення факторів, які їх об'єднують, незважаючи на різні зовнішні умови; б) порівняння понять на матеріалі різних емпіричних випадків під час пошуку нових властивостей певного поняття, категорії та нових гіпотез; в) порівняння визначених понять між собою; г) інтеграція понять у гіпотези, які потім стають теорією соціологічної проблеми.

Рішення «закрити» теоретичну вибірку залежить від *теоретичного насичення*. Теоретичне насичення означає, що жодні додаткові дані не допомагають відкривати нові властивості категорії. Якщо нові випадки знову і знову підтверджують уже зафіксоване і дедалі частіше з'являються повтори в описі певних подій, почуттів, характерних поворотів життєвого шляху тощо, то це вже вияв «насиченості». Якщо виокремлений елемент повторюється в більшості випадків, то є підстави говорити про соціальну норму, роль чи рольовий комплекс, соціальний процес тощо, тобто про соціальне, а не психологічне явище, притаманне групі,

а не окремому індивідові. В цьому разі йдеться про досягнення *першого рівня насичення*. Далі зазвичай проводять пошук протилежних випадків, які заперечують модель («негативних»). Систематичне порівняння різних випадків дає змогу уточнити, а, можливо, і переформулювати модель (теорію), наближаючись до прийняттого чи остаточного варіанта і до висновку про теоретичне насичення.

Однією з особливостей угрунтованої теорії є *реконструкція соціальних процесів*. Ідеться про аналітичне розуміння процесу як поняття, котре є способом «оживити» дані немовби через моментальне фотографування дії/взаємодії та об'єднання їх у певного роду послідовності, серії. Розміщення емпіричних даних навколо визначених векторів, тобто певних соціальних процесів, робить можливим пояснення соціального явища в категоріях причини і результату. Процесуальний аналіз може означати розбивку явища на стадії, фази, етапи. Процес можна також вважати напрямком дії/взаємодії, що позначає зміни, які відбуваються у відповідь на умови оточення. Відкриття таких процесів – гарантія дослідницької адекватності, оскільки дозволяє інтегрувати емпіричні дані відповідно до їх внутрішньої логіки (Страусс, Корбин, 2001).

Основні процедурні етапи побудови угрунтованої теорії відтворюють логіку якісного аналізу й інтерпретації даних: вивчення всіх доступних джерел інформації з певної проблеми; теоретична вибірка; систематичний тематичний аналіз, поділ і перегруповування даних; циклічний характер аналізу, постійний порівняльний метод і теоретичне насичення.

Етнографічне дослідження

У XIX столітті етнографія і соціологія, особливо емпіричний її напрям, розвивалися паралельно, з використанням подібних процедур, методів, технік. Можна згадати ідеї українського науковця Ф. Вовка, який розглядав соціологію як науку про суспільне життя, що разом із спеціальною антропологією, етнографією й етнологією є складовою однієї науки – антропології. М. Ковалевський досліджував в етнографічних експедиціях гірські народи Кавказу, обґрунтовуючи історико-порівняльний метод соціальних наук. Поступово у процесі інституціоналізації дисциплін відбувається виокремлення предмета досліджень і організаційний поділ. Історично склалося, що вітчизняна етнографія є ближчою до історії, а західна соціальна (культурна) антропологія – до соціології.

У цьому контексті слід нагадати про дослідження способу життя робітничого класу британського науковця Чарльза Бута. Його учениця Беатріс Вебб упродовж багатьох років вивчала соціально-економічне становище в різних районах Лондона, працюючи на фабриці, збираючи орендну плату серед бідняків, спостерігаючи за повсякденними практиками у профспілкових організаціях. Подружжя С. і Б. Вебб узагальнило свій досвід у праці «Методи соціального дослідження» (1932). Учені чиказької школи 1920–1940-х років використовували спостереження у вивченні молодіжних бандитських угруповань, бездомних, етнічних і расових субкультур тощо. Етнографічне дослідження в соціології традиційно застосовують для вивчення недостатньо відомих «соціальних світів» із прихованими правилами поведінки, ритуалами, символікою – субкультур, кримінальних угруповань, тоталітарних релігійних сект, психіатричних закладів. Навіть якщо ці спільноти, групи, організації є відкритими, такими, що діють за певними правилами (фірми, школи, університети, лікарні, супермаркети), важливим є розуміння повсякденних практик, неявних смислів і значень, неформальних структур (*Девятко*, 1998; *Романов, Ярская-Смирнова*, 1998).

Часто поняття «етнографічне дослідження» і «включене спостереження» ототожнюють, підкреслюючи провідну роль цієї техніки у процесі дослідження. *Включене спостереження* є дослідницьким процесом, під час якого спостерігач перебуває в певному соціальному середовищі, маючи можливість безпосередньо контактувати з його учасниками, брати участь у їхньому житті, отримуючи так дослідницькі матеріали.

Для спостережень об'єктивістської орієнтації важливими є процедури стандартизації та контролю; зібрані факти набувають вигляду *даних* із певною структурою, упорядкованістю відповідно до заздалегідь розроблених формальних критеріїв. У якісній традиції (символічний інтеракціонізм, соціальна феноменологія, етнометодологія, акціоністська соціологія) частіше застосовують поняття «*емпіричні матеріали*», що підкреслює різноманітність і фрагментарність зібраної інформації, важливість пошуку понять і категорій, істотних для самих досліджуваних.

Етнографію в соціальних науках також трактують як *жанр* – форму наукової презентації результатів, що має детальний описовий характер. Завдання науковця, як правило, радше полягає в інтерпретації, витлумаченні уявлень, смислів, значень, що містяться в іншій культурі/субкультурі, ніж у перевірці заздалегідь сформульованих гіпотез. Важливим внеском стали такі поняття процедури інтерпретації, розроблені американським антропологом К. Гірцем, як насичений, густий (*thick*) опис і

культурний переклад, контекстуалізація (Гирц, 2004). Останніми десятиліттями актуалізувалася проблема рефлексивності польових дослідників, постулюється формула «від включеного спостереження до спостереження включеності». Йдеться про необхідність інформування читачів про специфіку польового досвіду (проблеми з установленням контактів, страх, роздратування), що може позначатися на результатах дослідження. Сьогодні польові дослідники часто виходять із того, що саморефлексія є важливим аспектом професійної практики, й описують і видають паралельні тексти з суб'єктивного досвіду польової роботи (*автоетнографії*).

Соціологи можуть проводити спостереження в *явній*, відкритий, спосіб (досліджувані знають, що за ними спостерігають) і *прихований*. Перший спосіб посилює проблему реактивності, взаємовпливу дослідника і досліджуваних, але зменшує етичні проблеми. Другий нейтралізує проблему впливу дослідника на природний перебіг подій у середовищі, актуалізуючи етичні проблеми. В обох випадках дослідник має навчитися певним чином дистанціюватися від цінностей, норм досліджуваної спільноти, зберігаючи аналітичну позицію, не підпадаючи під суттєвий вплив потоку життя з його різноманітними поворотами, і водночас співпереживати, встановлювати емоційні зв'язки, «занурюватися» в матеріал для кращого розуміння того, що відбувається.

Явне спостереження проводило подружжя Р. і Х. Лінд у 1920–1930-і роки, вивчаючи структуру локальної спільноти невеликого американського міста під умовною назвою «Мідлтаун». Відоме дослідження Л. Уорнера і П. Лунта серії «Янкі-сіті» (1941) базувалося на включеному спостереженні. Г. Беккер вивчав так споживання марихуани (1953), субкультуру студентів-медиків («Хлопці в білому», 1961). У сучасній російській соціології дедалі частіше проводять етнографічні дослідження. Так, вивчення проблеми молодіжної наркоманії, підліткових субкультур узагальнено у працях «Героинашеговремени» (2000), «Польова кухня» (2004). Етнографічні дослідження організацій здійснює П. Романов (Романов, 2004). Масштабний проект польового дослідження під керівництвом Т. Шаніна розгорнувся в російських селах в 1990-і роки (*Штейнберг, Шанин., Ковалев, Левинсон, 2009*). З'являються етнографічні дослідження й у вітчизняній соціології. Вони стосуються таких складних соціальних проблем, як, наприклад, дідівщина в армії (А. Проноза). В усіх цих випадках досліджувані були поінформовані про спостереження, погоджувалися на участь у дослідженні, що вважається важливим етичним принципом.

За *прихованого спостереження* (covert participant observation) дослідник маскує свою ідентичність перед усіма досліджуваними або декотрими з них. Основоположником цієї стратегії вважають американського дослідника В. Уайта. Працюючи науковим співробітником Гарвардського університету, він під виглядом студента-історика близько чотирьох років прожив в італійському гетто Бостона. Це дало можливість зсередини вивчити і зрозуміти спосіб життя італійських емігрантів, структуру неформальних, кримінальних груп. Результати спостережень було опубліковано у праці «Громада на розі вулиці» (Whyte, 1943). І. Гофман на матеріалах спостереження закритих психіатричних закладів у 1954–1957 роках вивчав механізми впливу таких організацій на особистість, випробувавши на собі роль хворого («Притулки», 1961). У радянській соціології приховане спостереження неформальних структур і відносин на підприємстві проводив В. Ольшанський. Польський дослідник К. Конєцький вивчав неформальні ритуали і практики на підприємстві, працюючи там деякий час прибиральником (Konecki, 1992). Приховане спостереження впродовж двох років здійснювала інша польська дослідниця – І. Клешч, працюючи перекладачкою у фірмі, в якій поряд із легалізованою вели і протиправну діяльність (торгівля наркотиками, людьми, незаконні фінансові операції). Прихильники цієї стратегії переконані, що відкрите спостереження не дало б можливості вивчити реальну ситуацію, особливо стосовно закритих спільнот, неформальних практик. Проте етичні проблеми обману, порушення приватності, причетність як свідка до незаконних дій дотепер не розв'язано (див. докладніше: *Веселкова*, 2000).

У сучасній соціології розвивається й інший вид польових досліджень – з активним впливом на соціальні процеси (action research, participatory research), започаткований французьким соціологом А. Туреном. Акціоністські/дієві стратегії спрямовані на розв'язання певної соціальної проблеми у процесі польового дослідження, подання наукового бачення ситуації, обговорення її з лідерами громади, адміністрацією підприємства тощо (Reason, Bradbury, 2001). Ці дослідження мали успіх у Польщі під час дій «Солидарності», застосовують їх у країнах Латинської Америки. Виходить часопис “Action research”.

Кейс-стаді

Кейс-стаді (або монографічне дослідження) – це дослідницька стратегія, спрямована на виявлення й експлікацію цілісної системи внутрішніх і зовнішніх зв'язків, що перетворюють певний фрагмент суспіль-

ної реальності на самостійне соціальне явище, одиницю соціального аналізу. Case (випадок) – те, що очевидним чином виокремлює себе в соціальному контексті: соціальна група, рух, субкультура, форма шлюбу, уклад повсякденності тощо. Для досягнення мети дослідник може використовувати різноманітні методи збирання інформації (аналіз документів, інтерв'ю, включене спостереження) і різні джерела даних. З'ясування конституюючих засновків соціального явища інколи потребує врахування латентних, випадкових або таких, що не піддаються узагальненню, моментів. Особиста участь дає змогу дослідникові вводити в теоретичну реконструкцію унікальний особистий досвід у вигляді описів. Залежно від завдань, що стоять перед монографічним дослідженням, його необхідною складовою є глибинний характер. Стратегія кейс-стаді передбачає неабияку соціальну чутливість ученого, оскільки він часто є першим, хто помічає, зауважує це соціальне явище: випадок може виступати як типовий, показовий елемент уже встановленого класу явищ, а може й передувати виокремленню такого класу – в цьому разі клас (принаймні, як об'єкт соціологічних досліджень) ідентифікується саме на підставі виокремлення і дослідження випадку.

Піонером застосування монографічного дослідження вважають французького науковця XIX століття Ф. Ле Пле, автора шеститомного дослідження «Європейські робітники», який вивчав сімейні бюджети робітників і ввів у науковий обіг поняття «включене спостереження». 1920-і роки в американській соціології були позначені запеклою суперечкою між прихильниками кейс-стаді та статистичного методу. Мірою того, як дискусія загасала, ставало зрозуміло, що соціологічна спільнота змушена визнати корисність і ефективність монографічних досліджень, які поступово інтегрувалися в соціологічний мейнстрім.

Уже на той час дослідження типу кейс-стаді в американській соціології проводили в межах різних підходів. Використання концепту *аналітичної індукції* (Ф. Знанецький) створювало підстави для твердження, що глибоке вивчення випадків дає цінні наукові узагальнення. Серед американських досліджень цього напрямку в 1930–1940-х роках називають спостереження Р. Енджелом за родинами в період Великої депресії (1936), дослідження причин правопорушень Е. Сазерлендом (1939), вивчення А. Ліндесмітом наркотичної залежності (1947), аналіз привласнення чужих грошей Д. Крессі (1953). У межах *конструктивної типології* (Г. Беккер) детальне обсервування окремих випадків є важливою попередньою умовою індуктивного *вирізнання типів*. Серед досліджень цього виду називають вивчення народної культури Р. Редфілдом (1941),

дослідження Г. Беккером молодіжного руху в Німеччині (1946), порівняльне дослідження сільськогосподарських соціальних систем Ч. Луміса і А. Бігля (1950). Інший вид застосування кейс-стаді – в річищі *ідіографічної традиції*. Її прихильники наголошують, що *цілісний опис* певного випадку сам по собі є цінним знанням. Багато дослідників Чиказького університету в 1920–1940-х роках проводили кейс-стаді етнографічного типу, зокрема У. Хілі – крадіжок серед дітей (1917), К. Шоу – кримінальної молодіжної банди (1930), Дж. Вест – сільської громади Плейнвіля (1945).

Останнє дослідження належить до “*community study*” – коли об’єктом вивчення виступає територіальна громада. Цей підхід з успіхом застосовували й у європейській соціології під назвою «монографічне дослідження». Відомим його представником є Дімітріє Густі (1880–1955), засновник бухарестської монографічної школи. Під його керівництвом з 1925 по 1937 роки було здійснено вісім проектів польових монографічних досліджень сел із кількістю мешканців 1–1,5 тис. Проекти мали міждисциплінарний характер: разом із соціологами працювали географи, економісти, психологи, історики, а також фотографи і кінооператори. Метою було отримання теоретично цілісного розуміння соціальної одиниці аналізу. Вибирали села, типові для різних регіонів країни, в підсумку було розроблено своєрідну соціологічну карту Румунії (див.: *Добрякова*, 1999). Серед східноєвропейських соціологів, які використовували монографічний метод, можна назвати угорця Ф. Ердеї, югослава І. Хрженяка, поляків Ф. Буяка, К. Добровольського, В. Міровського та ін. У радянській соціології й етнографії 1960-х років відомими є монографічні дослідження сел (Корабліно, Вірятіно, Молдіно), повторне дослідження в молдавському селі Копанка, в якому працював свого часу Д. Густі.

У сучасній соціології та інших соціальних дисциплінах кейс-стаді є популярною дослідницькою стратегією. Серед західних авторів узагальнювальних праць із цього напрямку можна назвати Р. Йіна, М. Буравого, Б. Флівберга, Р. Стейка, Ч. Регіна, Г. Беккера, М. Хаммерслі та ін. Російські дослідники набули досвіду застосування кейс-стаді у 1990-і роки, коли Інститут порівняльних досліджень трудових відносин вивчав процеси реструктуризації менеджмента, трансформацію ролі профспілок на підприємствах у різних регіонах Росії. Подібні обстеження з використанням методів фокус-груп та індивідуального інтерв’ю, аналізу документів, спостереження проводили на підприємствах різних галузей у Москві, Сиктивкарі, Самарі, Кемерові, Новокузнецьку. Результати і

певний методологічний досвід викладено в публікаціях і підручниках (А. Готліб, В. Ільїн, І. Козіна, М. Кіблицька, І. Масалков, П. Романов та ін.).

Кейс-стаді, за визначенням Р. Йіна, – це емпіричне дослідження, в межах якого вивчається соціальне явище в його природному контексті, особливо коли межі між феноменом і контекстом не є явними, очевидними (Yin, 2003). В кейс-стаді використовують якісні й кількісні техніки збирання даних, різні види джерел (документи, архівні дані, різні види інтерв'ю, дані спостережень, фізичні артефакти). Наголошують, що кейс-стаді – це не методологічний вибір, а вибір того, що планується вивчати, тобто предмета дослідження.

За критерієм “*мета дослідження*” Р.Йін вирізняє три види досліджень типу кейс-стаді.

1. *Розвідувальне* (exploratory) кейс-стаді дає змогу попередньо розглянути проблему, сформулювати основні категорії та дослідницькі питання. Це підготовча стадія основного дослідження з концентрацією, переважно, на описові випадку.

2. *Пояснювальне* (explanatory or causal) кейс-стаді здійснюють із метою встановлення причин різних явищ. Для цього можуть бути використані різні, навіть конкуруючі теоретичні підходи (наприклад, структурний функціоналізм і символічний інтеракціонізм).

3. *Дескриптивно-теоретичне* (descriptive) кейс-стаді потребує наявності попереднього теоретичного опису явища. Досліджувані феномени порівнюють з аналітичною моделлю, що дає змогу формулювати причинно-наслідкові гіпотези. Разом із тим детально описують умови, контекст розгортання явища.

Інші різновиди кейс-стаді, які трапляються в дослідженнях: екстремальне (extreme), мультилокальне (multisite), критичне (critical), підтвердження теорії (theory confirming), інструментальне (instrumental), етнографічне (ethnographic), лонгітюдне (longitudinal), внутрішнє (intrinsic), девіантне (deviant), розгорнуте (extended), порівняльне (comparative). Застосовують також інші стратегії кейс-стаді, наприклад, дидактичний їх різновид, коли досліджуваний випадок є ілюстрацією проблеми, поняття, загальних категорій. Аналітичні звіти і концептуальні статті публікують у часописі «Journal of Case Research».

Візуальне дослідження

Візуальні дані, зокрема фотографії, використовують у соціології досить давно. Як правило, у зв'язку з цим згадують, що в «American Journal

of Sociology» за період 1896–1916 років 31 стаття містила фотографії, які ілюстрували і доповнювали текст, показуючи наочно соціальні проблеми суспільного життя. Проте коли новим редактором став позитивістськи орієнтований Альбїон Смолл, фотографії поступово було витіснено таблицями, діаграмами, графіками. Фотографії, картографування в польових дослідженнях використовували у 1920–1930-х роках дослідники чиказької школи, зокрема, Р. Парк, який свого часу працював фотокореспондентом. Фотоілюстрації, карту локалізації гангстерських угруповань містить праця Ф. Трешера «Банда» (1927). Дослідники чиказької школи започаткували етнографічний, документальний підхід до використання візуальних даних, проте теоретичного осмислення ці джерела в соціології на той час не набули.

Новий імпульс візуальні дослідження отримали в рамках антропології – у праці подружжя Маргарет Мід і Грегорі Бейтсона «Балінейський характер: фотографічний аналіз» (*Bateson, Mead*, 1942). До книги увійшло 759 знімків із 25 000, зроблених у процесі дослідження; 100 сторінок займають секвенції з 6–11 фото поведінки, ритуалу, процесу з повсякденного життя балінейців (як техніка показу *цілісності* фрагменту поведінки) і ще 100 сторінок – підписи до них, зроблені М. Мід у процесі фотографування). Фото і підписи розміщені поруч, доповнюють одне одного, але водночас існують автономно. Автори намагалися передати етос балінейської культури, розуміючи проблематичність перенесення його на вербальну мову аналітичних конструктів. У цій праці фотографії вперше не лише відігравали роль документальних свідчень польового дослідження, а й були використані для теоретичних узагальнень.

Проте досвід цього дослідження почали осмислювати лише в 1960–1970-і роки, коли оформлюються такі напрями, як візуальна антропологія і візуальна соціологія. Остання починає формуватися в США під впливом документальної фотографії, яку актуалізували антивоєнні протести, правозахисні, контркультурні рухи. Важливе значення мала стаття Г. Беккера «Фотографія і соціологія» (*Becker*, 1974), в якій проаналізовано цінність фотозображень для соціологічного аналізу. Вважають, що праці з використанням візуальних даних Г. Беккера, Д. Харпера, І. Гофмана легітимізували цей напрям в американській соціології. Ці дослідження показували, що кваліфіковане використання візуальних образів у комбінації з вербальним текстом збагачує соціологічне розуміння. Наприклад, І. Гофман у своїй праці зосереджує аналіз не на критиці гендерної нерівності в рекламі, а на виявленні гендерної нерівності

як структурної риси індивідуальної свідомості (*Goffman, 1979*). Він підкреслює, що є значна подібність між тим, що може бути зображеним у візуальній рекламі, і тим, що відбувається в реальному житті. Отже, в зображеннях іконічно відбиваються фундаментальні риси соціальної структури.

Розвиткові цього напрямку в американській соціології сприяла й Міжнародна асоціація візуальної соціології, організована 1981 року, яка видає журнал «*Visual Studies*», проводить щорічні конференції. Останнім часом з'явилися й інші спеціальні видання з цієї проблематики – часопис «*Visual Communication*», онлайн-журнал «*Invisible Culture*».

У європейській традиції візуальна проблематика наявна в таких напрямках, як постструктуралізм, семіотика, дискурс-аналіз. Це праці Р. Барта, У. Еко, М. Фуко, Т. ван Дейка, П. Бурдьє та ін. Важливу роль у дослідженні візуального відіграли Ж. Дерріда, Ж. Лакан, Ж. Бодрійяр та ін. Аналізуючи фотографії, підкреслював П. Бурдьє, можна побачити в них відображення соціально схвалюваних ролей, взірців поведінки, імпліцитних соціальних норм. У цьому й полягає важлива соціальна функція фотографій, вивчення якої допомагає глибше зрозуміти предмет соціології (*Bourdieu, 1990*).

Ці дві традиції – американська і європейська – сприяли вирізненню в сучасних візуальних дослідженнях у соціології двох основних (і взаємодоповнюваних) підходів: 1) візуальні дані як відображення, документування реальності (етнографічний підхід); 2) візуальні дані як резервуар значень, що потребують інтерпретації, витлумачення. В межах першого напрямку відбувається перехід від переважного використання фото-, відеозображень як додаткового матеріалу, котрий допомагає документувати перебіг польового спостереження, до технік генерування вербальних даних інформантами за допомоги візуальних зображень. У техніці «*photo-elicitation*» візуальні образи стають основою діалогу між дослідником і досліджуваним, їх значення конструюються в ситуації інтерв'ю, дискусій, рефлексії. Прикладом другого підходу є дослідження «культурних студій», започатковані бірмінгемською школою (С. Холл, Р. Вільямс). Різноманітні візуальні дані (реклама, кінофільми, приватні й опубліковані фотографії тощо) трактують як культурні тексти, які містять у собі ідеологічні конструкти, часто приховані. Візуальний аналіз, відповідно, зосереджується на їх виявленні, деконструкції.

Сплеску зацікавленості візуальними дослідженнями останніми двома десятиліттями посприяли розвиток цифрових, інтернет-технологій, здешевлення можливостей фотографування, відеозапису в повсякден-

ному житті. Сучасну повсякденну культуру часто називають візуальною. Соціалізація в суспільстві відбувається в оточенні її за посередництвом телебачення, відео, комп'ютерів та інших сучасних технологій з їх візуальними можливостями. Ці нові умови і спричиняють необхідність міждисциплінарного осмислення ролі візуального в соціальному житті та використання візуальних даних у соціологічних дослідженнях. У широкому сенсі візуальні дані (фотографії, фільми, відеофільми, а також малюнки, схеми, карти, діаграми тощо) викликають значно вищий рівень розуміння аудиторією проблематики і результатів соціологічних досліджень, їх можна з успіхом використовувати в дидактичних, просвітницьких цілях.



Література

1. *Веселкова Н.В.* Об этике исследования // Социологический журнал. – 2000. – № 8. – С. 109–114.
2. *Гириц К.* «Насыщенное описание»: в поисках интерпретативной теории культуры // *Гириц К.* Интерпретация культур. – М.: РОССПЭН, 2004. – С. 9–43.
3. *Готлиб А.С.* Введение в социологическое исследование: качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: Учеб. пособие. – Самара: Самарский университет, 2002.
4. *Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1998.
5. *Добрякова М.* Исследования локальных сообществ в социологической традиции // Социологические исследования. – 1999. – № 7.
6. *Знанецкий Ф.* Автобіографія як джерело соціологічного знання // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 6.
7. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб: «Интерсоцис», 2006.
8. *Киблицкая М.В., Масалков И.К.* Методология и дизайн исследования в стиле кейс-стади. – М.: Изд-во Международного университета бизнеса и управления, 2003.
9. *Ковалёв Е.М., Штейнберг И.Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: «Логос», 1999.
10. *Ньюман Л.* Значение методологии: три основных подхода // Социологические исследования. – 1998. – № 3.
11. *Полевая кухня: как провести исследование.* – Ульяновск: «Симбирская книга», 2004.

12. Романов П., Ярская-Смирнова Е. «Делать знакомое неизвестным»: этнографический метод в социологии // Социологический журнал. – 1998. – № 1–2.
13. Романов П.В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и организаций в современном обществе. – Саратов: Саратовский государственный технический университет, 2000.
14. Симончук О. Повсякденне життя // Соціологія: Навч. посібник. – К.: «Знання», 2008. – С. 332–383.
15. Скокова Л.Г. Біографічні дослідження в соціології: традиція і сучасний досвід. – К.: Інститут соціології, 2004.
16. Скокова Л. Флоріан Знанецький: автобіографічний метод у соціології // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 6.
17. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М.: «Эдиториал УРСС», 2001.
18. Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е. Методы анализа текста и дискурса. – Харьков: Гуманитарный центр, 2009.
19. Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А. Качественные методы. Полевые социологические исследования. – М.: «Алетейя», 2009.
20. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М.: «Логос», 2007.
21. Bateson G., Mead M. Balinese Character: A Photographic Analysis. New York: New York Academy of Sciences, 1942.
22. Becker H. S. Photography and Sociology // Studies in the Anthropology of Visual Communication. – 1974. – № 1(1). – P. 3–26.
23. Bertaux D. Social Genealogies Commented on and Compared: An Instrument for Observing Social Mobility Processes in the “Longue Duree” // Current Sociology. – 1995. – Vol. 43. – № 2/3.
24. Bourdieu P. Photography. A Middle-brow Art. – Oxford: Polity, 1990.
25. Glazer B., Strauss A. The Discovery of Grounded Theory. – Chicago-New York: Aldine, 1967.
26. Goffman E. Gender Advertisements. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1979.
27. Guba E.G., Lincoln Y.S. Competing Paradigms in Qualitative Research // Handbook of Qualitative Research / Ed. by N.K.Denzin, Y.S.Lincoln. – Thousand Oakes, London, New Delhi: Sage, 1994.
28. Konecki K. Nowi pracownicy a kultura organizacyjna. Studium folkloru fabrycznego // Folia Sociologica. – 1992. – № 24.
29. Ragin C., Becker H. (eds). What is a Case? Exploring the Foundations of Social Inquiry. – Cambridge, 1992.
30. Reason P., Bradbury H. (Eds.). Handbook of action research: Participative Inquiry and practice. London: Sage, 2001.

31. *Willis J.W.* Foundations of Qualitative Research: Interpretive and Critical Approaches. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.
32. *Whyte W.F.* Street Corner Society: The Social Structure of Italian Slum. – Chicago: Chicago of University Press, 1943.
33. *Flyvbjerg B.* Five Misunderstandings About Case-Study Research // Qualitative Inquiry. – 2006. – № 2. – P. 219–245.
34. *Yin R. K.* Case study research: Design and methods. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.

Словник термінів

Біографічне дослідження – тип якісного дослідження, сукупність способів збирання й аналізу особистих документів (автобіографії, щоденники, листи, розповіді про життя тощо), які містять авторські повідомлення людей про власний життєвий досвід.

Візуальне дослідження – тип якісного дослідження, що передбачає використання візуальних даних (фотографії, відеозаписи, реклама, фільми тощо) як основного джерела інформації про соціальні явища.

Етнографічне дослідження – тип якісного дослідження, де основним дослідницьким процесом є включене спостереження, під час якого спостерігач перебуває в певному соціальному середовищі й має можливість безпосередньо контактувати з його учасниками, брати участь в їхньому житті, отримуючи таким чином дослідницькі матеріали.

Кейс-стаді (монографічне дослідження) – це тип якісного дослідження, що передбачає виокремлення соціального явища як показового випадку і цілісне, всебічне, інтенсивне вивчення його у природному контексті з використанням різноманітних джерел даних.

Угрунтована теорія – дослідницька стратегія якісного дослідження, основними аспектами якої є процес одночасного збирання й аналізу даних, «теоретична вибірка», порівняльний метод, ітеративний (зворотно-поступовий) характер процедури, концептуалізація даних за допомоги техніки кодування і генерування теоретичних узагальнень досліджуваного феномена.

Контрольні запитання

1. Які типи якісних досліджень вирізняють у сучасній соціології?
2. У чому полягає специфіка біографічного дослідження?
3. Які особливості етнографічних досліджень можна вирізнити?
4. Чому візуальні дослідження стали популярними в сучасній соціології?
5. Які є різновиди кейс-стаді?



Теми рефератів

1. Основні етапи розвитку біографічних досліджень у соціології.
2. Інституціоналізація якісних досліджень у соціології.
3. Сфери застосування етнографічного дослідження в соціології.
4. Ключові фігури в якісній соціології.

Лекція 3

ТЕХНОЛОГІЇ РОЗУМІННЯ В ІНТЕРПРЕТАТИВНІЙ ПАРАДИГМІ

Методи збирання даних у якісних дослідженнях

Письмові особисті документи. В біографічних дослідженнях особисті документи є основним джерелом інформації. Їх можна використовувати і в етнографічному, монографічному дослідженні. За ступенем опосередкованості Н. Дензін вирізняє *первинні* та *вторинні* джерела: перші говорять про індивіда як особистість, другі – дають інформацію про нього як члена певної категорії. До джерел першого виду належать офіційні документи, що стосуються даної особи (особисті анкети, медичні картки, судові постанови, публікації в засобах масової інформації тощо) й особисті (автобіографії, листи, щоденник, інтерв'ю). До вторинних джерел належать офіційні документи, що містять статистику, дані щодо соціально-демографічних груп тощо (Denzin, 1989).

За критеріями: спосіб комунікації з респондентом – опосередкований (письмовий) або безпосередній (усний) і спровокованість/ неспровокованість дослідником, можна подати основні види особистих документів:

<i>Основні види особистих документів</i>	<i>Усні (зафіксовані на плівку)</i>	<i>Письмові</i>
<i>Створені незалежно від намірів дослідника</i>	Спогади, автобіографії, записані на аудіо-, відеоплівку	Листи, щоденники, мемуари, автобіографії, життєписи, спогади, рюдоводи тощо
<i>Створені на замовлення/прохання дослідника</i>	Нарації, біографічні інтерв'ю, усні історії, розповіді про життя, життєві історії, бесіди, розмови, діалоги тощо	Мемуари, життєписи, автобіографії, спогади, тематичні описи життя, щоденники

Отримання дослідниками письмових особистих документів, створених із приватною метою, можливе за допомоги спеціальних інституцій – державних архівів, архівів громадських, наукових організацій. Такі архіви є в багатьох країнах, наприклад, «Народний архів» у Москві, архів організації «Меморіал» тощо. Дедалі частіше ці дані зберігаються в цифровій формі і можуть бути доступними через інтернет (безкоштовно або з певними обмеженнями доступу).

Приватна кореспонденція дає можливість стежити нібито зсередини за процесом символічної інтеракції як за аутентичним фрагментом соціальної дійсності, безпосередньо записаним її учасником. Приватні листи не мають таких недоліків, як помилки пам'яті, фальсифікація даних, вплив ситуації дослідження. Приватні листи (15 тис.) стали одним з основних соціологічних джерел у праці Томаса і Знанецького «Польський селянин в Європі і Америці». 663 листи, поділені на три тематичні групи, було опубліковано в I і II томах. У розділі «Форми і функції селянського листа» вісім листів унаочнюють п'ять вирізаних функціональних типів листа (церемоніальний, інформаційний, сентиментальний, літературний і діловий), які доповнюють первинний тип – «лист із поклонами», що демонстрував збереження родинної та соціальної солідарності під час розлуки. В післявоєнній і сучасній соціології приватне листування не набуло особливої популярності, хоча приклади таких підходів існують. Сьогодні розвиваються дослідження нових способів листування (e-mail, sms) із вирізненням, зокрема, функцій і особливостей цих видів спілкування. Також у соціології існує розрізнення листів на спонтанні – як засіб опосередкованої інтеракції, та стилістично сплановані, тобто «відкриті», написані для публікації (листи видатних людей як форма публіцистики, листи громадян до державних, громадських органів, ЗМІ). Останні рідко привертають увагу соціологів, хоча становлять цінне джерело соціологічної інформації.

Щоденники, які люди ведуть систематично, для себе, вважаються найбільш аутентичними особистими документами. Їх використовують, зокрема, в дослідженні динаміки особистості представників певних соціальних категорій, у вивченні проблематики соціального часу, соціокультурної ідентичності тощо. Разом з тим ці дані мають свої особливості. Автори щоденників, як правило, належать до типу людей, схильних до рефлексії, вразливих, зосереджених на внутрішньому світі. Спостерігаються й певні соціальні залежності, наприклад, відчуття самотності, ізоляції, маргінальності серед авторів щоденників. В соціології розрізняють щоденники, що пишуть тільки у приватних цілях, для себе, і

так звані щоденні хроніки, написані на замовлення дослідників. Дедали активніше починають вивчати інтернет-щоденники.

Публічні конкурси автобіографій стали однією з перших технік накопичення письмових автобіографій. Уперше конкурс із винагородами за кращий опис свого життя серед робітників фізичної праці був організований Ф. Знанецьким 1921 року під егідою Польського соціологічного інституту в Познані. Почин був удалим і сприяв подальшому проведенню конкурсів автобіографій серед різних соціальних груп (безробітних, молоді та ін.). Отримані матеріали використовували соціологи, історики, психологи. Конкурси мемуарів стали «візитною карткою» польської соціології, а також своєрідною соціокультурною традицією країни. Такі конкурси проводять у країнах Скандинавії, останнім часом – у Чехії, Росії, Латвії тощо. Однією з перешкод в отриманні аутентичних, щирих автобіографій може бути розповсюдження мас-медіа різноманітних стереотипів щодо певних проблем. Автори надісланих на конкурс автобіографій можуть не описувати власний досвід, а використовувати кліше, що функціонують у суспільстві, намагаючись вгадати вимоги журі й задовольнити їх. Як указує фінський соціолог П. Руус, щоб отримати для конкурсу добру автобіографію (побудовану за внутрішніми, а не зовнішніми критеріями), треба намагатися не формулювати дуже детальні вказівки в оголошеннях (*Roos*, 1987).

Іншою технікою збирання письмових автобіографічних повідомлень є *методика «Mass-Observation»*, яку застосовують у Великобританії, країнах Скандинавії. Перші спроби таких досліджень у Великобританії здійснила дослідницька організація «Mass-Observation» (1937–1950), запрошуючи добровольців описувати їхнє повсякденне життя, зокрема досвід переживання війни. Для цього використовували такі форми, як конкурси автобіографій і щоденники. Матеріали концентрувалися в архіві при бібліотеці університету м. Сассекс. 1981 року працівники архіву вирішили відновити дослідження (*Sheridan*, 2000). Звертаючись через ЗМІ до добровольців, вони приблизно за десять років отримали 400 тис. друкованих і рукописних сторінок автобіографічних матеріалів від 2,5 тис. осіб. Авторам, що погодилися взяти участь у дослідженні, 3–4 рази на рік надсилають спеціальні вказівки, що нагадують опитувальник із відкритими запитаннями. Кожен містить 3–4 теми: особисте сприйняття конкретних подій у країні і за кордоном; політичні, етнічні, релігійні проблеми; описи практик повсякденного життя; ретроспективні повідомлення. З матеріалами працюють спеціалісти з антропології, соціальної історії, політології, психології, соціології та ін.

Способом отримання письмової автобіографії є *автобіографії, написані в межах освітніх закладів* на прохання дослідника. Цю техніку використовував російський психолог М. Рибніков, що провів кількісно-якісний аналіз близько 500 автобіографічних творів дітей робітників, написаних у 1926–1928 роках. Німецький педагог М. Рослер у 1950-і роки зібрав тисячі учнівських автобіографічних творів, гарантуючи, що вони не будуть прочитані вчителями, а послугують науковим цілям. У деяких українських університетах практикують написання автобіографій студентами з метою їх подальшого соціологічного дослідження.

Інтерв'ю. У якісному дослідженні інтерв'ю як цілеспрямоване соціально-психологічне спілкування інтерв'юера і респондента (інформанта, наратора) є продуктом спільної діяльності дослідника і досліджуваного. Процес пошуку, розкриття суб'єктивних значень часто передбачає активну позицію респондента, його емоційну залученість у процес дослідження, розуміння його важливості. Звісно, в отриманні інформації зацікавлений першою чергою дослідник-інтерв'юер, який часто відриває людей від їх повсякденної діяльності, певною мірою «нав'язує» своє спілкування, ставить запитання про те, що цікавить саме його. Але в якісних підходах ці проблеми усвідомлюють і ведуть пошуки способів відходу від *суб'єкт-об'єктної* (дослідник – досліджуваний) моделі спілкування, зменшення впливу таких її рис, як директивність, ієрархічність, вплив соціальної позиції інтерв'юера, трактування респондента як «машинки для відповідей» тощо. Постулюється принцип *“con-ricerca”* (італ. – спільне дослідження), тобто дотримання у процесі дослідження ситуації рівноправних відносин дослідника та інформатора. Респондента заохочують висловлювати власні уявлення, відчуття, ставлення, не заперечують проти розширення чи скорочення відповідей на певні запитання або кваліфікації деяких із них як недоречних.

Є різні підходи до класифікації якісних інтерв'ю. За *характером спілкування* вирізняють безпосередні інтерв'ю (*face-to-face*) і опосередковані (телефонні, інтернет-інтерв'ю). За *способом організації* інтерв'ю є індивідуальні та групові. За *специфікою джерела інформації* вирізняють інтерв'ю з експертами і типовими учасниками подій. За *особливістю процедури інтерв'ю* важливим є розрізнення їх за таким комплексним критерієм, як ступінь формалізації, стандартизації та структуризації (Готлиб, 2002). *Стандартизація* – це уніфікація параметрів інтерв'ю в рамках конкретного дослідження, що забезпечує можливості зіставлення його результатів. Перелік запитань, які ставляться респондентам, є стандартним, однаковим для всіх. *Структурування* – це встанов-

лення зв'язків між елементами інтерв'ю: темами, питаннями. Можливі варіанти структурування інтерв'ю від жорсткої послідовності цих елементів до зміни порядку запитань, переходів до тем, які більше відповідають розвитку бесіди, її внутрішній логіці. *Формалізація* – це надання запитанням певної форми, вигляду. Високий ступінь формалізації означає використання переважно закритих питань. Види інтерв'ю утворюють континуум, на одному полюсі якого – стандартизоване, формалізоване, структуроване інтерв'ю (наприклад, опитувальник у репрезентативному опитуванні громадської думки), на другому – вільне інтерв'ю (глибинне, наративне, бесіда) з його мінімізацією цих вимог (див.: *Веселкова*, 1994). Нестандартизовані, глибинні інтерв'ю особливо доцільні в монографічних, біографічних дослідженнях, якщо не потрібне порівняння одних відповідей з іншими. Значна частина якісних інтерв'ю розміщується ближче до середини цього континууму (наприклад, фокус-групи, напівформалізоване, лейтмотивне, проблемноорієнтоване інтерв'ю тощо).

Глибинне інтерв'ю (клінічне, наративне) дає змогу проникати в суб'єктивний світ респондента, виявляти його власну систему понять, категорій, преференцій тощо (*Квале*, 2003: 77). Якщо йдеться про фактуальну насиченість подій, то застосовують різні види *лейтмотивних* або *фокусованих* інтерв'ю, коли всі опитувані висловлюються з приводу однакових процесів і тем (навчання в освітніх закладах, укладення шлюбу) або спільних для певної категорії (зміна професії, участь в акціях, історичних подіях), що дає змогу зробити змістове порівняння даних та їх узагальнення (див. докладніше.: *Белановский*, 2001: 77–101). Проте і тут є деякі обмеження. Оскільки відповіді розглядають у контексті запропонованих запитань, проблемою стає адекватність отриманих даних, адже можливо, що інакше поставлене запитання виявило б іншу структуру значень. Певна небезпека виходить і від інтерв'юера, який зобов'язаний отримати відповіді на всі зазначені теми, отже слухає співбесідника й одночасно думає про інформацію, якої ще не отримав. Іноді це заважає поставити уточнювальні запитання або навіть спонукає перервати розповідь, переходячи до іншої теми, змістовно віддаленої. Відповіді втрачають контекст, а вільне інтерв'ю – свої переваги.

Прихильники техніки *наративного інтерв'ю* вважають, що вона позбавлена цих недоліків. Започаткували її використання американські науковці Л. Шацман і А. Штраус. З 1970-х років німецький дослідник Ф. Щюце розробляє концепцію наративного інтерв'ю, що спирається на виокремлені в мовознавстві функції мови – описову, оціночну, аргумен-

таційну (Schütze, 1982). Форма *oncus* абстрагована від перспективи оповідача і слухача; інформація наводиться як правильна незалежно від суб'єктивної настанови. Така інформація може бути правдивою або фальшивою (наприклад, «я часто ходжу в бібліотеку»). Оціночні, аргументаційні судження («мені подобається кока-кола, вона добре задовольняє жагу») часто зумовлені кліше, стереотипами, що функціонують у суспільстві. В *нараційній формі* інформація подається з перспективи оповідача і є максимально наближеною до його ракурсу сприйняття світу («я вчора пішов у бібліотеку, але підручника з якісних методів у соціології там не знайшов, бібліотекарка якось дивно на мене подивилася. А мені курсову треба здавати»). Наративне інтерв'ю базується на комунікативних закономірностях оповідання *історії* (з певним сюжетом, локалізацією в часі та просторі), текст створюється певною мірою незалежно від намірів промовця. Отже, *наративне (розповідне) інтерв'ю* (від англ. narrative – розповідь, оповідання) – це специфічний вид вільного інтерв'ю, яке не є сумою відповідей на запитання, а складається, *насамперед, із спонтанної, імпровізованої цілісної розповіді респондента (наратора) про власний життєвий досвід.*

Інтерв'ю відбувається в кілька етапів. Із самого *початку* важливо створити довірливу, відкриту атмосферу, дати можливість наратору освоїтися з диктофоном. На *етані стимуляції розповіді* варто повідомити, що запитання під час розповіді не ставитимуться, що співбесідник є цікавим як особистість, а не лише як представник певної соціальної категорії, що справа не у проблемі як такій, від респондента очікують розповіді про послідовність подій і переживань, тобто про свою життєву історію, в якій він орієнтується краще за всіх. Якщо ж респондент розпочне від мотивів, узагальнень, аргументів, то це свідчить про непорозуміння, невдалу стимуляцію, внаслідок чого найчастіше отримують лише узагальнені пояснення, стереотипні оцінки, розповсюджені судження тощо.

Етан нарації – основна частина інтерв'ю – спонтанна, не підготовлена заздалегідь, не порушувана втручанням дослідника розповідь. Завдання інтерв'юера – слухати співбесідника (нерідко впродовж кількох годин), підтримувати монолог за допомоги невербальних знаків (жестів, міміки), що демонструють увагу і спільні емоції. Дуже шкідливим може бути імпульсивне бажання дослідника уточнити інформацію, поставити запитання – природний хід оповідання порушується і незакінченість цієї частини внеможливе детальний її аналіз. Хоча наратор вільний в організації свого оповідання, але його перебіг регулюють три вимоги до нарації: 1) *вимога закриття форми* – оповідач, розпочавши говорити про

певні події, має продовжити ці теми до їх змістового чи логічного вичерпання; 2) *вимога конденсації* – наратор не розповідає про все життя, а відбирає важливі події. Він змушений говорити тільки про те, що є незаперечно цінним у його досвіді в контексті теми і мусить “згущувати”, конденсувати оповідання, щоб слухач міг пов’язати основні елементи і зрозуміти насуттєвіше; 3) *вимога наведення подробиць* – наратор деталізує своє оповідання, щоб його можна було зрозуміти на слух. Розповідь має бути впорядкованою, із зрозумілими переходами від одних подій до інших, із характеристиками ситуації та осіб, які в них брали участь.

Наративні правила структурують текст, хронологічно впорядковують його. Недотримання наративних вимог потребує аналізу, свідчить про певні біографічні проблеми. Про ухиляння від висловлювання певних мотивів і тем свідчать паузи, зволікання, раптові зміни часової перспективи оповідання тощо.

Додаткова фаза інтерв’ю, фаза запитань інтерв’юера, настає після закінчення нарації. Питання *першого типу* стосуються неточностей, непослідовностей, незакінчених мотивів, зауважених дослідником, і спрямовані на заохочення продовжити нарацію. Дослідник має уважно й “аналітично” слухати розповідь (можна робити записи), щоб поставити відповідні запитання. Коли нараційні можливості оповідача вичерпано, переходять до підготовлених *теоретичних* запитань на теми, важливі для цілей дослідження. Наратор виступає як теоретик власного життя, оцінює різні аспекти соціального оточення. Таким чином, наративні фрагменти дають інформацію щодо орієнтацій, важливих для дій і вчинків, а фрагменти додаткової частини (коментарі, оцінки) розкривають спосіб мислення, необов’язково пов’язаний із реальними вчинками.

Фаза закінчення інтерв’ю означає вимкнення диктофону і перехід до нормальної бесіди. Цей етап важливий з погляду етичних засад наративного інтерв’ю, які наголошують на рівноправності учасників.

Якісні інтерв’ю записують на магнітну плівку або цифровий пристрій. Здійснюють транскрибування аудіозапису (перенесення на електронні або паперові носії) з відтворенням вербального і невербального змісту за допомоги систем транскрипції. Детальність транскрипції залежить від досліджуваної проблеми – інколи достатньо записати інтерв’ю за допомоги стандартної письмової мови, в інших випадках необхідно позначити паузи, моменти одночасного мовлення двох осіб, сміху та інших паравербальних знаків.

Включене спостереження є технікою польового якісного дослідження, яка відповідає в цілому загальним засадам його процедури: відкри-

тості, гнучкості, природності, контекстуальності тощо. Цю техніку можна використовувати і як допоміжну, на розвідувальному етапі. В більшості польових досліджень включене спостереження проводять відкрито – за згоди досліджуваних (*учасник як спостерігач*). Коли немає потреби встановлювати тривалі контакти, дослідник з'являється в полі раз чи кілька разів (*спостерігач як учасник*).

Критерії та типи включеного спостереження, запропоновані польським дослідником К. Конецьким, подано в табл. 1 (*Konecki, 2000: 151*).

Таблиця 1

Критерії класифікації та типи включеного спостереження

Критерій	Тип спостереження
• Ступінь участі в діях групи/спільноти	Цілковита участь Учасник як спостерігач Спостерігач як учасник Цілковитий спостерігач
• Ступінь інформованості щодо ролі дослідника серед досліджуваних	Прихована участь Явна участь
• Емоційна залученість дослідника	Симпатія Нейтральність Антипатія
• Ступінь згоди дослідника з нормами середовища	Конформізм Компроміс Нонконформізм
• Соціальна дистанція між спостерігачем і соціальним середовищем	Керівна Рівноправна Підлегла
• Ступінь ініціативи, яку виявляє спостерігач	Пасивна роль Активна роль
• Мова спостерігача	Літературна Подібна до мови середовища
• Діапазон попереднього досвіду	Максимальний (експерт) Мінімальний (профан)
• Вимірювання явищ, які спостерігаються	Якісне/кількісне/комбіноване
• Роль включеного спостереження в загальній дослідницькій програмі	Провідна Автономна Допоміжна

Організація і проведення включеного спостереження передбачає таку послідовність дій: а) обмірковування дослідницьких питань, перегляд літератури; б) вибір польового майданчика (середовища, де відбуваються

ся події, які планується досліджувати), власної соціальної ролі й отримання доступу; в) встановлення соціальних відносин із членами групи; г) вивчення середовища, виявлення ключових інформантів (люди, які володіють потрібною інформацією і схильні з нею поділитися); г) спостереження, збирання даних, ведення польових записів; д) аналіз перших надходжень даних, узагальнення, висунення гіпотез; е) проведення додаткових спостережень, польових інтерв'ю, аналізу документів; є) узагальнення даних, написання звіту (див. докладніше.: *Девятко*, 1998: 24).

Важливу роль відіграє проблема *доступу* на польовий майданчик. Значну допомогу можуть надати неформальні «опікуни» – знайомі, які є «своїми» в досліджуваному середовищі. За виконання різних проектів, як правило, накопичується база даних з адресами потенційних респондентів-інформаторів, які можуть стати провідниками в неформальні компанії. Іноді вдалим виявляються і випадкові знайомства. Можна звернутися до організацій, де збираються потенційні інформанти, – неформальних клубів, молодіжних, громадських об'єднань тощо. Доступ до соціальних організацій можуть полегшити й офіційні рекомендації. В таких ситуаціях виникає проблема з визначенням того, хто є «стражником», тобто від кого реально залежать доступ і можливість спілкування і спостережень (можливо, не від керівника закладу, а від його заступника).

Інколи в установленні контактів важливу роль відіграють такі характеристики дослідника, як вік, стать, спільні культурні преференції, уподобання. Не виключено, що в дослідженні молодіжних культурних практик довіра, відкритість до дослідників подібного віку буде вищою. Разом із тим ступінь довіри інформантів, отримання доступу до неформального контексту спілкування залежать і від особистісних, професійних якостей, комунікабельності, вдало знайденого способу самопрезентації. Важливими параметрами, що впливають на перебіг етнографічного дослідження, є наявність сильної професійної мотивації, високого рівня уваги, чутливість, почуття гумору тощо.

Ключовим елементом польової роботи є *ведення записів*, своєрідного щоденника спостережень, який є посередником між емпіричною реальністю і науковим звітом. Ведення записів розвиває спостережливість, уміння звертати увагу на деталі, порівнювати явища, бачити в них спільне і відмінне. Зібрані матеріали можуть містити різні види польових записів-нотаток, фотографії, аудіо- і відеозаписи, діаграми, карти. Відрізняють кілька типів польових записів. *Короткі нотатки* – ключові фрази, цитати, імена, цифри, номери телефонів – деталі, які треба зафік-

сувати одразу, щоб не забути. *Щоденні нотатки* – хронологічний опис подій із фіксацією дати, часу, місця спостереження. В них якомога точніше описують зустрічі, розмови із збереженням особливостей прямої мови, невербальної комунікації, емоційного контексту. Для збереження анонімності інформантів у разі необхідності використовують псевдоніми, певну схему позначень. *Нотатки–висновки* – власні враження від змісту подій і перебігу спостереження, надання значень подіям, їх інтерпретація на рівні здорового глузду. *Аналітичні нотатки* – робочі гіпотези, аналітичні ідеї та висновки. Це дуже деталізовані записи, які наближуються до «насиченого опису» (К. Гірц). Вони можуть містити карти, діаграми тощо. *Особисті нотатки* – особисті реакції, переживання, емоції, саморефлексія перебігу дослідження. *Журнал-план* – розрахунки затрат часу і матеріальних витрат на кожен день дослідження.

Рішення про завершення польового спостереження залежить від досягнення мети дослідження, наявних ресурсів (фінансових, матеріальних, психологічних) і ухвалюється залежно від ситуації. Оскільки збирання й аналіз даних не відокремлені в часі й застосовується, як правило, теоретична вибірка, то досягнення «насиченості» даними і вимальовування абрису певних концептуальних узагальнень говорить про можливість «виходу» з польового майданчика і переходу до написання звіту.

Фокусовані групові інтерв'ю вперше запровадили Р. Мертон і П. Лазарсфельд 1941 року для вивчення ефективності радіопередач. У подальшому Мертон використовує цей метод для аналізу пропагандистських ефектів антифашистських фільмів. Накопичений досвід він підсумував у спільній з П. Кендал і М. Фіске праці «Фокусоване інтерв'ю» (1956). Отже, ключові характеристики методу сформувалися в 1950-і роки. Наступна хвиля зацікавленості цим методом припадає на кінець 1980-х і пов'язана з широким його застосуванням у соціально-психологічних і маркетингових дослідженнях. З середини 1990-х років фокус-групи починають дедалі активніше використовувати у вітчизняних дослідженнях, насамперед, у маркетингу, а нині й у соціології (*Белановський, 1996; Дмитриева, 1998*).

Фокус-група – це група осіб, відібраних дослідниками за певними ознаками і зібраних у комфортному приміщенні з метою спланованого обговорення певної теми (предмета, фокуса дослідження) за участю ведучого (модератора), яке передбачає виявлення спектру думок, повсякденних уявлень, оцінок, ініційованих ситуацією соціальної взаємодії та механізмом групової динаміки. Цей метод орієнтований на отримання *різноманіття* думок щодо певної теми, пояснювальних схем, на яких

базуються ці погляди, а не на досягнення групової згоди, знаходження рішень.

Процес розвитку дискусії у групі описують терміном «групова динаміка». Вирізняють *змістовий і рольовий аспекти* розвитку дискусії. Змістовий аспект пов'язаний із тим, що учасники групи концентруються на «фокусі» – певній проблемі, темі, соціальному феномені. Обговорення предмета дискусії має сприяти комплексному його розгляду. Модератор спрямовує дискусію відповідно до переліку відкритих запитань у плані (гайді) за темою дослідження. Структура гайду може бути різною: від загальних до більш конкретних питань (принцип «воронки») або, навпаки, від часткових, конкретних до більш широких (принцип «піраміди»). В разі відхилення від теми модератор спрямовує обговорення в належне річище, фокусує увагу на предметі дискусії. Фокус-групи можуть продукувати багаті, насичені деталями описи явищ і сприяти поглибленню розуміння соціального контексту, в якому ці явища відбуваються.

У процесі комунікативної взаємодії індивіди обмінюються думками, складають враження один про одного. Завдяки міжособистісному спілкуванню активніше висловлюються й аргументують свою позицію, а паралельно спонтанно формується *рольова структура групи*: одні учасники висувують конструктивні ідеї, інші поводяться деконструктивно, ще інші намагаються примирити всіх або синтезувати ідеї. Модератор відстежує ці процеси і намагається нівелювати рольову ієрархію, заохочуючи всіх без винятку учасників брати участь у дискусії, надаючи слово менш активним і стримуючи занадто балакучих. На повноту обговорення може впливати кількість лідерів. Помічено, що у групах із кількома респондентами-медіаторами (сіткова структура комунікації) предмет обговорюється більш комплексно порівняно з групами з одним лідером (зіркоподібна структура). Найменш результативним є обговорення у групах без явних лідерів-організаторів (кільцева структура).

Треба враховувати явище групового тиску і конформності, тобто схильності індивідів приєднуватися до думки більшості, навіть коли вона не збігається з власною, задля збереження солідарності у групі чи з групою. Рівень конформності може зростати з підвищенням складності проблеми, у групах із вищою кількістю учасників (10–12), коли деякі особи залишаються поза дискусією, покладаються на думку більшості. Нейтралізації феномена групового тиску сприяють неусталеність групових норм серед незнайомих дотепер людей, спонтанний перерозподіл ролей, а також мистецтво модератора підтримувати гнучкість ролей учасників групи.

Розрізняють фокус-групи з низьким і високим рівнем включення модератора в дискусію. В першому випадку ведучий лише ставить проблему перед учасниками і в подальшому відіграє роль стороннього спостерігача або втручається в перебіг дискусії тільки тоді, коли учасники повністю відійшли від теми. Фокус-групи другого типу передбачають активну участь модератора в налагодженні дискусії, акцентуванні важливих тем, які не порушуються самими учасниками. У фокус-групах обох типів заохочується обговорення питань, не передбачених у плані, але які стосуються основної теми.

Для проведення фокус-груп добирають час, зручний для респондентів, – вихідні дні, вечори. Використовують спеціальне приміщення із столом чи столами (забезпечують психологічну захищеність незнайомих членів групи і можливість виконувати певні завдання – заповнювати картки, малювати тощо). Як правило, до початку пропонують напої, солодощі для створення комфортної, неформальної атмосфери. Готують комплекти необхідного оснащення залежно від програми дослідження (ілюстрації, відеозаписи, ручки). Дискусії записують на диктофон, роблять відеозапис, що дає змогу фіксувати не лише вербальну, а й невербальну інформацію (жести, міміка). Спеціальні приміщення для фокус-групових маркетингових досліджень передбачають можливість спостереження за перебігом дискусії з іншої кімнати (телепристрій, спеціальне скло) з боку замовника. В разі необхідності спостерігач вносить корекцію в перебіг дискусії (як правило, у вигляді записок модератору). Дотримання етичних засад потребує обговорення з учасниками необхідності запису дискусії та спостережень з боку замовника.

Від якості відбору (рекрутування) учасників часто залежить успіх у досягненні завдань дослідження. Формуються гомогенні (однорідні) групи за певними характеристиками, пов'язаними з метою проекту: соціально-демографічними ознаками, професійною належністю, політичними вподобаннями, досвідом участі/переживання певної події. Вважають, що в гетерогенних (різномірних) групах частіше виникають конфліктні ситуації, має місце нещирість відповідей, спровоковані нерівним соціальним статусом респондентів. Відмінності за статтю не завжди вважають значущими. Якщо план дослідження передбачає порівняння результатів за певними характеристиками респондентів (наприклад, рівень освіти), то проводять більшу кількість фокус-груп, які відрізняються за цим критерієм. Рекрутують, як правило, звичайних людей (а не експертів) з обговорюваного питання. Неприпустимим вважають залучення професійних соціологів, психологів, журналістів, оскільки вони ма-

ють вищий рівень компетентності з обговорюваних тем і з процедури таких методів. Учасники фокус-групи не мають бути знайомими один з одним і з модератором: передбачається, що незнайомі люди будуть більш щирими і відкритими під час обговорення. Для відбору застосовують анкету-фільтр (закриті запитання з указаними соціальними, соціально-демографічними характеристиками).

Аналіз даних в якісному дослідженні

Основні підходи до якісного аналізу даних. В якісному дослідженні предметом аналізу є “тексти”, які описують або зображають дії людей, події навколишнього життя. Це газети, фільми, листи, в тому числі електронні, розповіді про життя, записи етнографічних спостережень, наративи, записи розмов, транскрипти фокус-груп, фотографії, реклама тощо. В аналізі текстів вирізняють лінгвістичну традицію, за якої його розглядають як *об’єкт аналізу*, і соціологічну, за якої трактують його як можливість *доступу до досвіду* людини. Тракткування тексту як об’єкта аналізу передбачає використання таких підходів, як конверсаційний аналіз, дискурс-аналіз, герменевтика, семіотика (див.: *Йоргенсен, Филлипс, 2008; Тичер, Мейер, Водак, Веттер, 2009*). В сучасній соціології дедалі частіше застосовують ці підходи, особливо для аналізу реклами, фільмів, фотографій, політичного дискурсу, повсякденних розмов тощо. Тексти як доступ до досвіду людини (тексти вільних висловлювань) – це наративи, дискурси, автобіографії, відповіді на відкриті запитання в інтерв’ю, відповіді на відкриті запитання в опитувальниках, записи спостережень тощо.

Вирізняють два основні види аналізу такого типу текстів. У першому одиницями сегментації є основні значущі компоненти – слова (прикладом можуть бути комп’ютерні програми для оброблення відповідей на відкриті запитання в опитувальнику). Другий вид аналізу передбачає пошук значень у фрагментах тексту. В цьому разі можливі менш формалізовані підходи, ближчі до феноменологічної, описової, етнографічної традиції і більш формалізовані, з тяжінням до побудови теоретичних узагальнень (*Ryan, Bernard, 2000*). Так, у деяких дослідницьких проєктах вважається важливим подати в публікації значну частину даних в їх «природному вигляді», надати «право голосу» певним групам населення. Розповіді про життя, тексти інтерв’ю в цілісному вигляді чи у вигляді фрагментів можуть супроводжуватися коментарями дослідників, а поняття «близькі до досвіду» – ті, які вживають самі учасники соціального життя, перекладають мовою аналітичних конструктів, «да-

леких від досвіду». Останню ситуацію характеризують як “подвійну герменевтику” (Е. Гіденс), коли інтерпретація учасників доповнюють інтерпретацією цих інтерпретацій дослідником.

Вирізняють три *основні етапи* якісного аналізу даних: *редукції даних*, до якого входять відбір, концентрація, скорочення, переформування даних; *репрезентації матеріалів* – подання даних таким чином, щоб їх було легко сприймати і читати, для чого використовують матриці, графіки, схеми, рисунки, мережі зв’язків; *висновків та їх верифікації* (Miles, Huberman, 1994). Під час аналізу якісних даних застосовують типові *аналітичні процедури*: а) кодування зібраних даних; б) створення пам’яток, нотаток, зауважень на полях; в) сортування і поділ зібраного матеріалу, щоб розпізнати подібні елементи, взірці поведінки тощо, відкрити зв’язки між змінними, виокремити риси, які розрізняють окремі групи; г) фіксація подібних взірців, спільних і відмінних рис, характеристик, щоб проаналізувати їх детальніше і ретельніше; г) розроблення узагальнень на основі аналізу даних; д) зіставлення цих узагальнень із формально упорядкованою системою знань у формі понять або теорії.

Проблему можливих зміщень інтерпретацій, аналітичних побудов у якісних дослідженнях пропонують розв’язувати шляхом *множинної тріангуляції*: (Н. Дензін). Цей термін походить із геодезії, де означає визначення положення певного пункту на місцевості на підставі розміщення двох інших пунктів у просторі за допомоги системи трикутників, так званої тріангуляційної сітки. В соціології він уживається метафорично і не вказує дослівно на кількість методів чи дослідницьких перспектив під час вивчення проблеми. Вирізняють кілька різновидів тріангуляції: *тріангуляція даних*, тобто використання даних із різних джерел; *тріангуляція перспектив дослідників*, або включення в дослідження кількох спостерігачів/контролерів ходу дослідження і його результатів; *теоретична тріангуляція* – одночасне використання різних перспектив під час інтерпретації одного набору даних; *методологічна тріангуляція* – використання різних методів під час дослідження.

Аналітична індукція є формальним не кількісним методом побудови причинних пояснень феноменів шляхом уважного вивчення випадків. У соціології її запропонував як альтернативу статистичному аналізу Ф. Знанецький у праці «Метод соціології» (1934). В загальному вигляді аналітична індукція передбачає інтенсивний аналіз кількох систематично диференційованих випадків, причому узагальнення на підставі аналізу цих окремих випадків дозволено поширювати на весь клас об’єктів.

Вона відома в науці з давніх часів, її застосовував, наприклад, Галілей, котрий після ретельного дослідження кількох неоднорідних прикладів руху дійшов висновків щодо всіх видів руху певного типу. За допомоги аналітичної індукції дослідник створює дефініції «класу» як набору випадків, що трактуються як репрезентанти цього класу. Здійснюється їх інтенсивний аналіз, а проблема, власне, полягає у визначенні того, чи належить випадок до цього «класу».

Логіку процесу зображують так (Клюшкіна, 2000): є певний набір випадків A, B, C, D, E, F, H . Беремо випадок A і знаходимо його характеристики. Йому притаманні ознаки P, R, S . Записуємо це: $A (P, R, S)$. Обстежуємо інші випадки: $B (Q, R, S)$; $C (Q, P, S)$; $D (K, R, S)$; $E (K, P, S)$; $F (K, Q, S)$; $H (K, Q, P)$. Тут повторюється ознака S , яка є загальною для всіх випадків (за винятком H), а інші комбінації ознак специфічні тільки для окремих випадків. Можна спробувати дати узагальнювальні пояснення для ознак K, P, Q, R . Якщо спроба не вдається, виносимо випадок H за його рамки феномену N (даємо йому інше визначення) і доходимо висновку, що необхідною і достатньою умовою існування феномену N є наявність характеристики S . Якщо її немає, то нема й феномену N .

В. Робінзон описав цю техніку як серію кроків: спочатку визначають феномен, який потребує пояснення, і висувають пояснювальну гіпотезу (Robinson, 1951). Далі розглядають *один випадок*, щоб подивитися, чи відповідає пояснення реальним даним. Якщо відповідає, то переходять до іншого випадку. Пояснення залишається в силі доти, доки новий випадок не фальсифікує його. Коли виявлено випадок, якому не підходить пояснення, за правилами аналітичної індукції альтернативою може бути або зміна пояснювальної гіпотези (так, щоб можна було включити новий випадок в цю пояснювальну схему), або перевизначення феномену (так, щоб винести невідповідний випадок за його рамки). В ідеалі цей процес триває доти, доки не знайдеться універсальне пояснення для всіх відомих випадків цього феномену. Аналітичну індукцію також називають методом типових випадків. Якщо конкретний випадок аналізують як типовий, то припускають, що сутнісні й визначальні для нього риси будуть спільними для всіх випадків, які належать до цього класу.

Кодування. Досить популярною в якісних дослідженнях стала технологія кодування, запропонована А.Штраусом і Б.Глейзером, авторами «угрунтованої теорії». Мета кодування – організація необроблених емпіричних даних у концептуальні категорії, в низку понять, тем або сюжетів, які допомагають аналізувати матеріал, генерувати теоретичні узагальнення. Спочатку вирізняють поняття і категорії, які вживає сам

інформант, так зване *in vivo coding*. Порівнюючи окремі випадки і називаючи явища одним поняттям, теоретик накопичує основні одиниці теорії, які стають дедалі численнішими і абстрактнішими.

Кодування поділяється на пов'язані між собою *змістове і теоретичне*. В кодуванні змісту вирізняють три види: відкрите, осьове, селективне. Дослідницький процес розпочинається з *відкритого кодування*, яке часто здійснюється в ході групового семінару, спільного обговорення дослідниками фрагментів текстів. Детальність кодування може відрізнятися – від слова чи фрази до параграфа чи більшого фрагмента (*Страусс, Корбин, 2001: 52–62*). Даним приписують якомога більше назв-кодів (понять), які допомагають відійти від конкретного змісту й узагальнити матеріал. У подіях розрізняють схоже і різне, а концептуально подібний матеріал групують разом. Процес групування понять, які стосуються, на думку дослідника, однакових феноменів, називають категоризацією. Це попереднє вирізнення зв'язків між поняттями. Є певні вимоги, які називають *парадигмою кодування*, – треба не тільки дати назву категорії, видобутої з даних, а й визначити умови, в яких відбувається подія/дія/взаємодія, її контекст, послідовність дій, описуваних категорією, наслідки.

Виокремлюють три основні елементи процесу концептуалізації: категорії, властивості категорій і гіпотези. Категорії мають концептуальну значущість, оскільки здатні поєднувати навколо себе інші групи понять або субкатегорій. Важливо також розпізнавати і систематично розвивати властивості й виміри категорій, тому що вони утворюють основу для знаходження зв'язків між категоріями і субкатегоріями. Властивість є аспектом категорії – найконкретнішою рисою ідеї, речі, події/дії, зв'язку тощо. Властивості можуть бути причинами, умовами, наслідками, аспектами, процесами тощо. Наприклад, аналізуючи таке явище, як квіти, вирізняємо категорії – розмір, колір; субкатегорії останньої – червоний колір, білий колір і т. д. Відшукуємо властивості кольору: «відтінок», «тон», «інтенсивність» тощо. В кожній властивості можна вирізнити аналітичні виміри (осі координат), за якими вона змінюється вздовж континууму. Колір може змінюватися за інтенсивністю – від високої до низької, за відтінком – від темнішого до світлішого і т. д. Ці характеристики є загальними, властивими кольору незалежно від ситуації. Кожна категорія має кілька загальних властивостей, і кожна властивість змінюється за всією шкалою вимірів. Систематично властивості категорії та її виміри можна подати так (*Страусс, Корбин, 2001: 61*):

Властивості категорії**Шкала вимірювання**

Частота	часто	ніколи
Ступінь	більше	менше
Інтенсивність	висока	низька
Тривалість	тривала	нетривала

Після відкритого кодування певної частини емпіричних даних дослідник має вирішити, які саме категорії розробляти, збагачуючи їх пошуком властивостей та їх зв'язків. Це становить етап *осьового* (axial) кодування. Коли гіпотези щодо взаємозв'язків категорій висунуто, для перевірки слід повернутися до емпіричних даних задля можливого їх переформулювання. Дані можуть припускати варіанти гіпотез, які продукуються різними обставинами, а нормою дослідницької праці стає систематичний пошук усього *спектра варіацій* явища, що аналізується. Гіпотези постійно переглядають у процесі дослідження, доки вони не стають правильними для всіх виокремлених випадків. Після завершення всіх необхідних процедур можна стверджувати: в цих умовах дія (процес) набуває такої форми, в інших – інакшої.

Наступний вид – *селективне кодування*, черга якого настає, коли дослідник визначив фокус аналізу. Всі категорії упорядковуються навколо «*центральної*» категорії, головної аналітичної ідеї, а для того щоб теорія мала пояснювальну силу, кожна з категорій і субкатегорій має бути концептуально насичена. Проблему інтеграції категорій розв'язують шляхом порівняння різних аналітичних схем і відбору з них найдоцільнішої. Така техніка трьох видів кодування дозволяє поступово звужувати поле аналізу, пов'язуючи окремі події в цілісну картину певної сфери соціальної реальності. Чим абстрактніші поняття вдалося сформулювати, особливо щодо центральної категорії, тим ширшим є діапазон можливого застосування теорії.

Щоб забезпечити розвиток усіх категорій, властивостей, гіпотез, які виникають у процесі аналізу, треба дотримуватися певної системи. Спеціальні *пам'ятки* (*memos*) слід записувати від початку кодування до завершення дослідження. Вирізняють кілька видів пам'яток: кодувальні, теоретичні, аналітичні, операційні. Сортування і пересортування їх у ході аналізу створює надійну базу для оформлення звіту. Якщо дослідник зневажає пам'ятками і переходить від кодування відразу до написання звіту, багато цінних концептуальних деталей губляться або залишаються не опрацьованими. Іншим корисним інструментом для побудови теоретичної моделі є матриця умов (*conditional matrix*), яка допома-

гає краще зрозуміти умови існування певного явища: причини, рушійні сили, безпосередній контекст. Особливо корисна ця техніка для початку дослідження, вона сприяє впорядкуванню різних вимірів умов, які стосуються явища. Матриця описана як набір концентричних кіл, кожен рівень яких відповідає іншому виміру. В центрі перебувають дії та інтеракції; в зовнішньому колі – міжнародні й національні інтереси, внутрішнє коло показує дії індивідів, малих груп, організацій (*Страусс, Корбин*, 2001: 132–145). Дизайн матриці допомагає досліднику бути більш сензитивним до умов, акцій/інтеракцій і наслідків явища, а також до зведення цих умов і наслідків у статус теорії.

Наративний аналіз. Існують різні підходи до наративного аналізу в якісних дослідженнях (див. напр.: *Ярская-Смирнова*, 1997; *Lieblich, Tuval-Mashiach, Zilber*, 1998). У біографічних дослідженнях часто використовують концепцію наративного інтерв'ю Ф. Щюце (модифікована версія – Г. Розенталь). Основні етапи наративного аналізу: *аналіз комунікативної схеми* тексту; *структурний опис* розповіді; *«аналітична абстракція» закономірностей*; *порівняння з закономірностями інших текстів*, подібних за темою і формою; *побудова теоретичної моделі(ей)*, перевірка теоретичної моделі(ей) шляхом зіставлення з іншими подібними матеріалами. Аналіз одиничних випадків вимагає зазвичай лише трьох перших етапів (*Schütze*, 1982).

1. *Аналіз комунікативної схеми інтерв'ю* передбачає оцінку якості матеріалу: ознаки спонтанності (невербальні елементи, паузи тощо), рівень індексції (докладність опису, наявність ситуацій інтеракції, цитування власних і чужих висловлювань, наведення діалогів). Наступний момент – вирізнення наративних, описових, аргументаційних фрагментів або їх комбінацій, що дає змогу визначити пропорції між різними фрагментами інтерв'ю. Увагу звертають на наративні елементи «зміни рамок» – вирази, які сигналізують про закінчення фрагмента розповіді і намір перейти до іншого («і так це тоді скінчилося», наприклад). Визначення комунікативної схеми важливе у зв'язку з тим, що саме в нарації індивід реконструює перебіг подій, а в аргументаційній частині робить спробу пояснити собі та слухачеві з позицій сьогодення мотиви здійснених у минулому вчинків, теоретизує на тему власної особистості, оцінює своє життя. Таке порівняння наративних фрагментів, що інформують про сприйняття істинного перебігу подій, із твердженнями пояснювального характеру вважають особливістю і перевагою наративного інтерв'ю. Наративним і ненаративним фрагментам надають різної ваги: перші розглядають як ситуаційно незалежні та конститутивні для самоідентичності наратора. Це розрізнення покладено в основу аналізу.

2. *Структурний опис тексту* означає поділ його на фрагменти, який можна робити з огляду на тематичний порядок подій, стиль їх подання, зміни перспектив подання тощо. Цей етап роботи над текстом є ключовим елементом аналізу. Використовують такі аналітичні категорії, які є результатом теоретичного упорядкування мовних форм повсякденної комунікації.

Сегменти і цілісності. З запису інтерв'ю елімінують ті його фрагменти, що не мають характеру безпосередньої нарації. «Очищений» текст розкладають на сегменти – автономні частини, які вирізняють за допомоги формальних «маркерів» («потім», «тому що», «тоді»). Такі сегменти є безпосередньою реляцією біографічних подій, і містять у собі різні конструкції (сцени, автокоментарі, коментарі). Посднання сегментів у певну послідовність утворює цілісності.

Сцени і пов'язані з ними *автокоментарі*. Описи конкретних подій, у яких брав участь наратор, називають сценами; це розповідь на тему конкретної події. Як правило, сцени містять події, які автор трактує як переломні для подальшого життя, у зв'язку з чим вони часто супроводжуються автокоментарем – підсумовуванням наслідків події, описаної у сцені.

Коментар, або *побічна конструкція*. В межах сегментів нараційного характеру можуть з'являтися описи історичних і соціальних обставин і пов'язані з ними судження оцінного характеру. Такі конструкції називають коментарями.

Конструкція на тлі є вплетеним у головну лінію нарації оповіданням, завдання якого полягає в уточненні, проясненні основної нарації. Їх уводять для збереження достовірності там, де порушується логіка в реконструкції подій. Ця мовна конструкція пов'язана з таким аналітичним поняттям, як *прикриття*, – часткові або повні прогалини в біографічному оповіданні, які найчастіше супроводжують важкі, травмуючі спогади. Вирізняють два їх види: 1) *прикриття сьогоднішні*, створені з перспективи актуальної реконструкції біографічного досвіду з метою приховання минулих біографічних подій від партнера інтеракції та уявної аудиторії. Ці прикриття досить легко виявляються, оскільки вони порушують логіку розповіді – з'являються суперечності, напруження, безпричинне обривання розповіді, формулювання узагальнень, не пов'язаних із попередніми подіями; 2) *давнішні прикриття*, які є ненавмисними. Вважають, що це реакція на травматичний біографічний досвід, який впливає на подальше сприйняття життя. Давнішні прикриття вста-

новити важче, визначити їх допомагає фаза інтерв'ю, коли можна ставити уточнювальні запитання.

В *аргументаційному коментарі* наратор намагається з'ясувати для себе і слухача проблеми, які прямо не пов'язані з попереднім викладом біографії. Такі коментарі з'являються перед *кодою*, коли людина відчуває потребу прокоментувати якісь події, їх вплив на себе і перебіг життя.

Кода, або *закінчення розповіді*, – це одне з правил «живої» нарації. Її метою є поєднання минулого виміру подій розповіді з сучасним. У коді наратор підсумовує вплив минулих подій на теперішні обставини життя. Кода складається з двох частин. У першій наратор підбиває підсумки свого оповідання й оцінює результати минулих подій; у другій «зачиняє» минуле, переходячи до тверджень із сучасної перспективи.

3. Праця над текстом продовжується на етапі *аналітичної абстракції*. Перебіг життя наратора належить реконструювати виключно в поняттях і категоріях дослідника, тобто здійснити перехід від пояснень у термінах учасника подій до аналітичних схем наукового походження (Schütze, 1997).

4. Якщо аналізують кілька інтерв'ю, далі йде *етап порівняння*, на якому зіставляють випадки, відібрані за принципом мінімального і максимального контрасту. Добір чергового випадку залежить від дослідницької проблеми, яку в остаточному вигляді можна визначити тільки у процесі аналізу першого інтерв'ю, після виокремлення основних аналітичних категорій. Дослідницька мета порівняльного зіставлення – найбільш адекватно визначити *теоретичні варіації* тематичного поля, що вивчається.

5. На заключному етапі – *побудові теоретичної моделі* – створюють схеми взаємозв'язків досліджуваних соціобіографічних процесів. Одним із результатів може бути типологія перебігу біографій у даній спільноті.

Комп'ютерний аналіз якісних даних. Існуючі сьогодні комп'ютерні програми можуть значно полегшувати процес аналізу якісних даних. Вони відіграють допоміжну роль, виконуючи функції, які задає дослідник. Особливо доцільною є допомога під час опрацювання великих масивів даних, пошуку подібних елементів текстів, порівнянь їх фрагментів. Перевагою є і прозорість технічних процедур опрацювання, які можна повторювати.

Однією з перших систем автоматизованого аналізу текстів є General Inquirer (Гарвард, 1968), заснована на широкому використанні різних

словників. Більшість комп'ютерних програм аналізу змісту відносять до шести типів (*Weitzman, Miles, 1995*):

- *програми, які редагують, переформатовують тексти* (word processors). Їх використовують для редагування нотаток, транскриптів. Більшість програм цього типу мають можливості відшукувати певну послідованість знаків, фрагментів слів, фраз у тексті;
- *пошуковики текстів* (text retrievers). Це Metamorph, Orbis, Sonar Professional, The Text Collector, Word Cruncher, ZyINDEX. Такі програми дозволяють в одному або кількох фрагментах тексту відшукувати слова, фрази та їх комбінації. Програми маркують знайдені фрагменти, сортують їх, створюють новий фрагмент, приєднують його до оригінального тексту. Таким чином можна отримати списки, індекси необхідних слів/фраз на тлі контексту;
- *програми управління текстами* (textbase managers) – askSam, Folio Views, MAX, Tabletop. За їх допомоги можна формувати нову структуру тексту, перегруповувати його в окремі випадки/«поля». Ці програми відшуковують різні комбінації слів, фраз, закодованих сегментів, а також зв'язків із зовнішніми документами, такими як фотографії, аудіо- і відеозаписи. Деякі з цих програм кодують текст, створюють складні анотації до нього;
- *програми, які кодують і шукають текст* (code-and-retriever programs). Це HyperQual2, Kwalitan, Martin, QUALPRO, The Ethnograph. Вони маркують відшукані частини тексту, сортують, реорганізують його, допомагають ділити текст на сегменти, приєднують і показують коди у вирізнених фрагментах, створюють нотатки через запис окремих кроків аналізу, який здійснює дослідник. Переваги: систематичність, безпомилковість у відшукуванні вказаних фрагментів тексту, швидкість реалізації завдань порівняно з «ручним» обробленням текстів;
- *програми, які допомагають генерувати теорію* на основі закодованого тексту (code-base theory-builders). До цього типу програм належать Aquad, ATLAS/ti, HyperRESEARCH, NUD*IST, QSA. Вони допомагають створювати логічні та контекстуальні зв'язки між кодами аналізованого тексту, формують детальні й упорядковані класифікації, а також категорії, які слугують подальшій інтерпретації. Ці програми діють за логікою і принципами, заданими дослідником. Не утворюють теорію як таку, але істотно полегшують процес її генерування;

– програми, що формують поняттєві зв'язки (conceptual network-builders). Це програми Inspiration, MECA, Meta Design, Sem Net, ATLAS/ti. Їх перевагами порівняно з попередніми є функції допомоги в генеруванні та перевірці концептуальних положень. Результати аналізу може бути подано у графічній формі, наприклад, спрямовані лінії, стрілки, які утворюють поле семантичних зв'язків, залежності.

Комп'ютерний аналіз текстів є міждисциплінарною сферою. З 1972 року існує асоціація дослідників у сфері комп'ютерного аналізу (Society for Conceptual and Content Analysis by Computer), яка випускає інформаційний бюлетень. Основні завдання – обмін досвідом у комп'ютерному опрацюванні великих масивів текстів, баз даних. Інша міжнародна організація – Association for Computers and the Humanities – об'єднує дослідників різних соціогуманітарних дисциплін (історії, філософії, літературознавства, соціології тощо), яких цікавлять проблеми комп'ютерного оброблення й аналізу текстових матеріалів.

Повторний аналіз. Проблеми повторного аналізу (*secondary analysis*) якісних даних дедалі активніше обговорюють у соціології та суміжних дисциплінах. Такий аналіз передбачає використання даних, зібраних для цілей попереднього дослідження, в нових чи модифікованих дослідницьких цілях. Його застосування може розвивати, поглиблювати аналіз попередньої проблематики, давати альтернативну інтерпретацію проблем оригінального дослідження або використовувати «старі» дані для досягнення відмінних від попередніх цілей. Повторний аналіз придатний для використання набору даних з одного або кількох якісних досліджень, для поєднання якісних і кількісних даних. Повторно аналізувати матеріали можуть як автори дослідження, так і інші дослідники, які отримали доступ до вже наявних даних.

Отже, якісні дані є цінним джерелом інформації, вони відкривають широкі можливості реінтерпретації. Річ у тім, що якісні дані містять набагато більше інформації, ніж її використовують дослідники в певному проекті. Йдеться про фіксацію станів соціальної свідомості конкретних людей у певний історичний відрізок часу, в конкретному місці. В Україні останніми десятиліттями різні дослідницькі організації провели велику кількість фокус-групових інтерв'ю, глибоких інтерв'ю різноманітної тематики. Публікація хоча б їх фрагментів в аутентичному вигляді відкривала б доступ до динаміки станів соціальної свідомості різних груп населення. Інша важлива перевага збереження якісних даних – можливість порівняльних, лонгітюдних досліджень. Окремою перевагою може бути доповнення, підтвердження результатів кількісних до-

сліджень за допомоги якісних даних, що могло б надавати нові можливості для розвитку напряму комбінованих досліджень у соціології. Збереження якісних даних й організація доступу до них полегшують їх використання в дидактичних цілях.

Проте є значні перешкоди для розвитку напряму повторного аналізу якісних даних. У комерційних соціологічних організаціях первинні емпіричні дані є власністю замовника і не можуть бути використані іншими дослідниками. Інша причина, яка утруднює обмін даними якісного дослідження, – особливості його методологічних засад. Дослідник або група дослідників збирають дані, аналізують їх, публікують результати і зберігають чи ні «первинні» матеріали (на власний розсуд). Постулати розуміння, сензитивності, якомога точнішого запам'ятовування рухів, жестів, міміки людей, із якими проводили інтерв'ю, за поведінкою яких спостерігали, передбачають, що з якісними даними може найкраще працювати лише той, хто їх зібрав. Проте сучасні ідеї щодо множинності інтерпретацій текстів культури радше акцентують доцільність повторного аналізу, використання одних і тих самих якісних даних представниками різних соціогуманітарних дисциплін (*Hammersley, 1997*).

Одна з можливостей створення доступу для повторного аналізу якісних даних – їх *публікація*. Такий підхід заклали вже засновники якісних досліджень Томас і Знанецький, опублікувавши листи, автобіографію у праці «Польський селянин у Європі й Америці». Сьогодні, до речі, є декілька реінтерпретацій джерел цієї класичної праці італійськими, німецькими дослідниками. Традиція публічних конкурсів автобіографій теж передбачає публікацію в цілісному вигляді праць авторів-переможців. Важко переоцінити гуманітарну складову таких публікацій (наприклад, публікації життєвих історій остарбайтерів, свідків колективізації, учасників воєнних дій тощо).

Інша можливість доступу – *зберігання даних якісних досліджень у спеціалізованих архівах*, які надають можливості користування ними іншим дослідникам або всім бажаючим. Останніми роками дедалі частіше різні громадські, наукові організації «оцифровують» зібрані якісні дані та матеріали, створюють віртуальні архіви, доступ до яких може бути обмеженим або вільним (наприклад, проект усної історії Інституту історії церкви у Львові).

Піонером створення бази даних якісних досліджень загальнонаціонального масштабу є Велика Британія. 1994 року Рада економічних і соціальних досліджень (фонд фінансування дослідницьких проектів) ухвалила рішення про створення в Університеті м. Ессекс центру архіву-

вання якісних даних «QUALIDATA» (Qualitative Data Archival Resource Centre). Тут дані якісних досліджень різних дослідницьких проектів збирають, оцінюють, каталогізують і перенаправляють у локальні/регіональні архіви. Важливими напрямками діяльності є поширення інформації про наявні комплекти даних, створення для дослідників можливості користування ними, методична і дидактична робота. Таким чином, центр виконує координуючі та організаційні функції і є центральним банком інформації щодо даних якісних досліджень у масштабах усієї країни. 1996 року було ухвалено рішення, що всі академічні дослідники, які отримують фінансування на проекти якісних досліджень, мають узгоджувати з центром «QUALIDATA» дії щодо подальшої архівації даних. Діяльність центру сприяє розвитку методичних засад збирання і зберігання якісних даних: розроблено критерії щодо чіткого подання цілей проекту, методів збирання даних, його результатів, тут оцінюють якість аудіо-, відеозаписів, дають пояснення скорочень, способи транскрибування інтерв'ю. Важливими досягненнями є розроблення підходів до збереження анонімності респондентів, дотримання прав інтелектуальної власності.

Дослідження комбінованими методами. Останнім десятиліттям у соціальних науках і соціології активно обговорюють нові можливості та потенціал застосування комбінованих методів (*mixed methods*) у дослідницьких проєктах. Дедалісе частіше цей підхід називають третім методологічним напрямом після кількісного і якісного. Свідченням виокремлення і певної інституціоналізації цього дослідницького поля є започаткування 2007 року випуску часопису «Journal of Mixed Methods Research». Статті з цієї проблематики публікують і такі часописи, як «Quality and Quantity», «Field Methods», «International Journal of Multiple Research Approaches».

На сьогодні опубліковано щонайменше 15 книг, присвячених питанням перспективи, типології, дизайну, технології, стандартів якості проєктів із застосуванням якісних і кількісних підходів (*Tashakkori, Teddlie, 1998; Brewer, Hunter, 2006; Bryman (ed.), 2006; Greene, 2007; Bergman (ed.), 2008*). Ці та інші розвідки спрямовані, зокрема, на з'ясування таких питань: чи можливо комбінувати теоретичні та епістемологічні підходи; чи наближує дизайн комбінованих методів до об'єктивності; чи це справді краще – використовувати комбіновані методи, ніж один метод? Ключове питання – чи є результат дослідження комбінованими методами чимось більшим, аніж просто сумою його кількісної та якісної частин? Наближення до справжньої інтеграції підходів досягти дуже важко

і відсутність на разі «взірцевих праць», таких, які були б на слуху, доводить це (Bryman, 2007).

Дослідження комбінованими методами визначають як дослідження, в якому науковець збирає й аналізує дані, інтерпретує результати і робить висновки, використовуючи якісні та кількісні підходи/методи й *інтегрально* поєднуючи їх в одному проекті. Інтеграція передбачає *взаємозалежність* у досягненні спільних теоретичних або дослідницьких цілей, натомість лише наявність якісних і кількісних компонентів без їх інтеграції не можна вважати дослідженням комбінованими методами.

Дизайн дослідження комбінованими методами класифікують відповідно до двох змінних:

- хронологічний порядок (синхронний або послідовний);
- статус підходу (рівноправний або доміантний).

Варіанти такого дизайну зображують за допомоги матриці 2×2, яка включає 9 його специфічних різновидів (Johnson, Christensen, 2004).

Матриця дизайну дослідження комбінованими методами
(великі літери означають доміантний статус підходу)

		ЧАСОВИЙ ПОРЯДОК	
		Одночасний/синхронний	Послідовний
СТАТУС ПІДХОДІВ	Рівний статус	ЯКІСНИЙ + КІЛЬКІСНИЙ	ЯКІСНИЙ → КІЛЬКІСНИЙ КІЛЬКІСНИЙ → ЯКІСНИЙ
	Доміантний статус	ЯКІСНИЙ + кількісний	ЯКІСНИЙ → кількісний якісний → КІЛЬКІСНИЙ КІЛЬКІСНИЙ → якісний
		КІЛЬКІСНИЙ + якісний	кількісний → ЯКІСНИЙ

Під час планування дослідження змішаними методами треба звертати увагу на роль/вагу, яку матимуть якісні та кількісні дані, час отримання обох типів даних, слід також визначити, на яких етапах процедури дослідження різні види даних комбінуватимуться і яким чином.

Серед стратегій інтеграції даних саме через етапи і процедури їх аналізу (а не лише резюмування результатів якісного і кількісного аналізу) вирізняють, зокрема, такі (Bazeley, 2009: 205):

- інтенсивний аналіз випадку (case analysis);
- використання результатів аналізу одного виду даних для розроблення підходів до аналізу іншого виду;

- узагальнення даних, отриманих із різних джерел, для подальшої спільної інтерпретації;
- паттерн-аналіз із використанням матриць;
- перетворення якісних кодів на кількісні з метою здійснення статистичного аналізу;
- надання кількісним даним наративної форми, зокрема, для створення профілю;
- утворення змішаних змінних для полегшення подальшого аналізу;
- аналіз екстремальних і негативних випадків;
- використання якісної та кількісної інформації з одного джерела даних;
- гнучкий ітераційний аналіз, тобто кожна наступна його фаза спричинена або спирається на попередні.

Суттєву допомогу в досягненні інтеграції змішаних методів може дати використання програмного комп'ютерного забезпечення, що підвищує якість проведеного аналізу даних. Широко використовують програму Excel як доступний і корисний інструмент синтезу даних з різних джерел, а також програми NVivo, MAXQDA, QDA Miner.

Отже, можна констатувати, що динамічний трансдисциплінарний розвиток нового, можливо, справді третього методологічного напрямку в рамках досліджень комбінованими методами свідчить про вихід на новий рівень взаємодії якісних і кількісних підходів і становлення інноваційних, альтернативних технологій досліджень у соціології.



Література

1. *Белановский С.А.* Глубокое интервью: Учеб. пособие. – М.: «Никколо-Медиа», 2001.
2. *Белановский С.А.* Метод фокус-груп. – М.: «Магистр», 1996.
3. *Веселкова Н.В.* Полуформализованное интервью // Социологический журнал. – 1994. – № 3.
4. *Девятко И. Ф.* Методы социологического исследования. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1998.
5. *Дмитриева Е.В.* Фокус-групповые исследования в маркетинге и социологии. – М.: «Центр», 1998.
6. *Ильин В.И.* Драматургия качественного полевого исследования. – СПб: «Интерсоцис», 2006.
7. *Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж.* Дискурс-анализ. Теория и метод. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008.

8. *Квале С.* Исследовательское интервью. – М.: «Смысл», 2003.
9. *Киблицкая М.В., Масалков И.К.* Методология и дизайн исследования в стиле кейс-стади. – М.: Изд-во Международного ун-та бизнеса и управления, 2003.
10. *Клюшкіна О.Б.* Построение теории на основе качественных данных // Социологические исследования. – 2000. – № 10.
11. *Мертон Р., Фиске М., Кендалл П.* Фокусированное интервью. – М.: Институт молодёжи, 1991.
12. *Страусс А., Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.
13. *Тичер С., Мейер М., Водак Р., Веттер Е.* Методы анализа текста и дискурса. – Х.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2009.
14. *Ярская-Смирнова Е. Р.* Нарративный анализ в социологии // Социологический журнал. 1997. – № 3.
15. *Bazeley P.* Editorial: Integrating Data Analyses in Mixed Methods Research // Journal of Mixed Methods Research. – 2009. – Vol. 3. – № 3.
16. *Bergman M. (ed.).* Advances in Mixed Methods Research. – London: Sage, 2008.
17. *Brewer J., Hunter A.* Foundations of Multimethod Research. – Beverly Hills, CA: Sage, 2006.
18. *Bryman A. (ed.).* Mixed Methods. Four-Volume Set. – London: Sage, 2006.
19. *Bryman A.* Barriers to Integrating Quantitative and Qualitative Research // Journal of Mixed Methods Research. – 2007. – Vol. 1. – № 1.
20. *Creswell J., Plano Clark V.* Designing and Conducting Mixed Methods Research. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.
21. *Denzin N.K.* Interpretive Biography. – London: Sage, 1989.
22. *Greene J. C.* Mixed methods in social inquiry. – San Francisco: Jossey-Bass, 2007.
23. *Hammersley M.* Qualitative data archiving: some reflections on its prospects and problems // Sociology. – 1997. – Vol. 31. – № 1.
24. *Johnson, R. B., Christensen, L. B.* Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches. – Boston, MA: Allyn & Bacon, 2004.
25. *Konecki K.* Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana. – Warszawa: PWN, 2000.
26. *Lieblich A., Tuval-Mashiach R., Zilber T.* Narrative research: reading, analysis and interpretation. – London: Sage Publications, 1998.
27. *Miles M.B., Huberman A.M.* Qualitative Data Analysis / 2nd Ed. – Newbury Park, CA: Sage, 1994.
28. *Robinson W. S.* The logical structure of analytic induction // American Sociological Review. – 1951. – Vol. 16. – P. 812–818.

29. *Roos J. P.* Historie życia a zmiana społeczna: cztery pokolenia Finyw // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1987. – № 4.
30. *Ryan G. W., Bernard H.R.* Data Management and Analysis Methods // *Denzin N.K., Lincoln I.S. (Eds.). Handbook of Qualitative Research*. – Thousand Oaks, CA: Sage, 2000. – P. 769–802.
31. *Schütze F.* Outline for Analysis of Topically Focussed Autobiographical Texts-Using the Examples of the «Robert Rasmus» Account in Studs Terkel's Book «The Good War» // *International Sociology*. – 1982. – № 2.
32. *Schütze F.* Trajektorie cierpienia jako przedmiot badań socjologii interpretatywnej // *Kultura i Społeczeństwo*. – 1997. – № 1.
33. *Sheridan D.* Reviewing Mass-Observation: The Archive and its Researchers Thirty Years on // *Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*. – 2000. – № 1 (3)
[//http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-00/3-00sheridan-e.htm](http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/3-00/3-00sheridan-e.htm).
34. *Tashakkori A., Teddlie C.* Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches. – Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.
35. *Weitzman E., Miles M.* Computer Programs for Qualitative Data Analysis. A Software Sourcebook. – Thousand Oaks: Sage, 1995.

Словник термінів

Фокус-група – це група осіб, відібраних дослідниками за певними ознаками і зібраних у комфортному приміщенні з метою спланованого обговорення певної теми (предмета, фокуса дослідження) за участю модератора, яке передбачає виявлення спектру думок, повсякденних уявлень, оцінок, ініційованих ситуацією соціальної взаємодії та механізмом групової динаміки.

Наративне (розповідне) інтерв'ю – специфічний вид вільного інтерв'ю, яке не є сумою відповідей на запитання, а складається, насамперед, із спонтанної, імпровізованої, цілісної розповіді респондента (наратора) про власний життєвий досвід.

Аналітична індукція – формальний, не кількісний метод побудови причинних пояснень феноменів шляхом уважного вивчення випадків.

Кодування – організація необроблених емпіричних даних у концептуальні категорії, в низку понять, тем чи сюжетів, які допомагають аналізувати матеріал, генерувати теоретичні узагальнення.

Повторний аналіз якісних даних – використання даних, зібраних для цілей попереднього дослідження із застосуванням якісних технологій, у нових чи модифікованих дослідницьких цілях.

Дослідження комбінованими методами – дослідження, в якому науковець збирає й аналізує дані, інтерпретує результати і робить висновки, вико-

ривуючи якісні та кількісні підходи/методи й інтегрально поєднуючи їх в одному проєкті.

Контрольні запитання

1. За якими критеріями розрізняють особисті документи в біографічному дослідженні?
2. У чому полягає специфіка явного і прихованого спостереження?
3. Яку роль відіграє групова динаміка в ході проведення фокус-групового дослідження?
4. Які різновиди кодування вирізняють у ході аналізу даних?
5. В чому полягають переваги досліджень комбінованими методами?

Теми рефератів

1. Включене спостереження в дослідженні субкультур.
2. Конкурси автобіографій у біографічних дослідженнях.
3. Наративний аналіз: основні підходи.
4. Можливості повторного аналізу якісних даних.
5. Потенціал комп'ютерного аналізу для розвитку якісних досліджень.
6. Перспективи розвитку досліджень комбінованими методами.

Лекція 4

РОЗУМІЮЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО АНАЛІЗУ

Можливості соціокультурного аналізу у вивченні сучасного українського суспільства

Сучасна соціологія перебуває в дискусії не лише щодо можливості побудови загальної соціологічної теорії, а й методології. Відповідаючи на постмодерні, феміністські, глобалістські, інші культурні виклики світу, вона прагне виробити нові дослідницькі принципи та методи, джерела знань про суспільство, ґрунтовані на гуманістичній парадигмі. У цьому контексті як зарубіжні, так і вітчизняні соціологи відзначають зростаючу значущість «культурних умов» чи «культурних програм», перспективність культури як поняття, пояснюючого принципу, який перемістився у фокус соціологічних концептуалізацій, образів та інтуїцій про суспільство. Тож, прагнучи якомога повно презентувати будь-яку тему, соціологи неминуче звертаються до культурного її виміру. Це, насамперед, теми, пов'язані безпосередньо з культурно-мистецькими явищами (диригентське мистецтво, індустрія краси, мовна політика, національні традиції), так і з різними сферами суспільного життя (постання громадянського суспільства, правового регулювання, розвитку підприємництва тощо). І тут саме соціокультурний аналіз найактивніше заявляє про себе у мейнстрімі нової хвилі досліджень і текстів.

Соціокультурний аналіз опікується широким спектром питань взаємопереплетення соціального та культурного в житті суспільства. За визначенням Леоніда Іоніна культурний аналіз – це «не особлива наукова дисципліна, а напрямок теоретичного дослідження, що застосовує методологію та аналітичний апарат культурної антропології, культурсоціології та філософії культури і має на меті виявлення й аналіз закономірностей соціокультурних змін» (Іонин, 1996: 19). Серед принципів соціокультурного аналізу, які вирізняє Микола Лапін, центральним є при-

нцип взаємопроникнення культури і соціальності, де стверджується наявність цих двох вимірів у будь-якій людській спільноті, постійний взаємозв'язок їх і взаємовплив, але при цьому жодне з них не зводиться до іншого і не виводиться з нього (Лапін, 2000: 5). Об'єкт соціокультурного аналізу складний «у квадраті», бо його складові – соціальність і культура – теж далеко не однокомпонентні. Тож очевидним постає його міждисциплінарний статус, залучення досвіду історичних, лінгвістичних, антропологічних, архітектурних та інших досліджень.

Акцент соціокультурного аналізу на суб'єктивності, творчій діяльності, породжених у ній текстах, ідеях, смислах значно посилили позиції якісної методології в соціології, гносеологія котрої виявилася адекватною цій онтології. Загалом вивчення культурних явищ та процесів чи не найбільше асоціюється із застосуванням якісних методів. Саму появу тих чи тих дослідницьких тем часто супроводжувало привнесення нових методів їх дослідження: субкультури вивчали переважно через включене спостереження, а сучасну міфологію – за допомоги семіотичного аналізу. Це пов'язане з тим, що належачи до певної культури, ми її не відчуваємо, а всі її прояви вважаємо само собою зрозумілими речами. Ця обставина суттєво ускладнює соціологічне дослідження культури особливо традиційними кількісними методами, адже недарма рутинізовані практики можна виявити лише в ході порушуючих експериментів.

Тож, можемо підсумувати: соціокультурний аналіз давно вже вийшов за межі галузевої дисципліни і претендує на специфічний спосіб бачення соціологією власного предмета. Особливості цього бачення поширюються і на методи збирання та аналізу даних. Так саме в дослідженнях культури найширше використовуються методи суміжних дисциплін: антропології, лінгвістики, психології, історії тощо, поступово входячи до звичного арсеналу соціології. Досвід таких міждисциплінарних досліджень найбільшу роль відіграв у постанні якісної (гуманістичної) методології в соціології.

Залучення досвіду та методів соціогуманітарних дисциплін

Насамперед із соціогуманітарних дисциплін звернімося до антропології та етнографії. Ці дисципліни чи не найближчі до сфери соціологічних знань, недарма культурна антропологія в Північній Америці, а соціальна антропологія у Західній Європі почасти розуміються як синоніми соціології. Соціальною чи культурною антропологією називають етнографію і, навпаки, – поняття етнографічного методу часто вжи-

вають на позначення етнографії. Вивченням культури на наших теренах займається етнографія. Та попри давні традиції етнографічних досліджень в Україні, як і в XIX столітті, нині вона зосереджена переважно на традиційній культурі села. Особливістю інституціональної організації вітчизняної етнографії було її викладання на історичних факультетах університетів, у той час як за кордоном цими напрямками опікувалися факультети соціології. Це не сприяло проникненню в радянську та українську соціологію «етнографічного» погляду на соціальну реальність.

Попри все етнографія, культурна та соціальна антропологія і соціокультурний аналіз має більше спільного, ніж відмінного, їх об'єднує «м'яка методологія», перетин предметних царин, спільні класики та авторитети (Е. Дюркгейм, А. Редкліф-Браун, М. Мосс та ін.).

Розвиток антропологічних досліджень містить у собі результат тривального осягнення західною цивілізацією соціальної інакшості як значимого культурного концепту. Джерела сучасної антропології та відділення її від соціології тісно пов'язані з колоніалізмом. Антропологія вивчала «їх» – представників різних етносів, котрі, як правило, мають традиційний уклад життя – суттєво відмінних від титульної нації чи жителів метрополії. Оскільки ж власну культурну традицію її носіїв сприймають як природну даність, то стає зрозуміло, чому вітчизняна етнографія та західна антропологія не займалися найближчою за соціальним походженням дослідникові культурою, чому не могли її методи поширити на традиційне поле соціології.

Поступово соціальна (культурна) антропологія робить предметом своєї уваги великі індустріальні і постіндустріальні суспільства Заходу. З розмиванням цінностей лінійного прогресу акценти переміщуються: немає більше «ми» і «вони», виникло уявлення про плюральний глобальний світ. Відповідно, відбувається асиміляція теоретичних традицій і дослідницьких методів антропології та соціології. Методи дослідження малих дописемних культур хоч і відрізняються від методів вивчення сучасних суспільств, проте вони один одного збагачують через саму несхожість предметів цих наук. Соціологія під цим впливом розмірковує над власними категоріями, піддає самокритиці свою неявну до того культурну заангажованість.

Та процес зближення антропології і соціології не проходить безболісно. Досвід звернення методів, вироблених західною наукою, на західні ж феномени виявився часом дуже дражливим. Попри те, свій ранній антропологічний досвід П'єр Бурдьє оцінює як надзвичайно важливий у соціологічному теоретизуванні. «Факт постановки традиційних

етнологічних питань із приводу нашого суспільства і руйнування традиційних кордонів між етнологією і соціологією був уже політичним актом. Конкретно це виражається в реакціях, які викликають ці дві форми роботи: якщо мій розгляд ментальних структур, об'єктивованих у просторі кабільського дому, викликає схвалення і навіть захоплення, то мій аналіз “категорій професорського розуму”, який я зумів зробити, спираючись на оцінні судження, дані викладачами підготовчих курсів на адресу їхніх учнів, або на некрологи, опубліковані в Щорічнику випускників Вищої нормальної школи, здається бруталним порушенням і актом неблагопристойності» (*Бурдьє*, 1994: 43–44).

Антропологія може сприяти розвитку соціологічних методів у кількох аспектах:

- Соціолог може сподіватися на допомогу соціальної антропології в проникненні в сутнісні моделі і механізми людської поведінки.
- Антропологія, зазвичай, мала справу з різними традиційними способами соціальної класифікації, збагачуючи тим сучасну таксономію (прикладом тут є досить молода ще в соціології, але здавна актуальна для антропології гендерна проблематика).
- Антропологія яскраво продемонструвала реальність паралельного соціального розвитку.
- Антропологія досліджувала процес перенесення соціальних форм з одних спільнот на інші.
- Антропологія виявила роль ритмічного вираження як детермінанти соціальних паралелізмів і симетрії.
- Останнє – але не за значенням – саме антропологія активно займалася роллю символіки у житті суспільств (*Сенур*, 1993: 611–629).

Епістемологічні засади якісних методів розвивалися у тісному зв'язку з ідеями інтепретативного напрямку антропології. Результатом етнографічного чи історичного дослідження, за Кліфордом Гірцем, в ідеалі стає не «просто теорія», а поміщений в повніший контекст (реконтекстуалізований) *цільний (насичений) опис*. В результаті опис навіть короткотривалої події стає досить великим, через багатство деталей, вказанням усіх можливих нюансів, які дають змогу читачеві зрозуміти культурні смисли того, що відбулося.

Модерністський період розвитку етнографічного підходу в соціології завершився розробленням «*угрунтованої теорії*» (А. Штраус, Б. Глейзер, Дж. Корбін). В контексті цього підходу теоретичне осмислення реальності безпосередньо включене в процес збирання, аналізу та інтерпретації даних. Це означає, що дослідницький інструментарій має бути чут-

ливим до стану досліджуваної реальності і може мінятися в залежності від змін сприйняття дослідником під впливом змін у об'єкті.

Ці епістемологічні засади набули розвитку в одному з найуживаніших методів збирання даних в соціальній і культурній антропології та етнографії – спостереженні. *Спостереження* – метод збирання первинної соціальної інформації шляхом прямої і безпосередньої реєстрації дослідником подій і умов, які він чи вона застає на момент дослідження або може реконструювати з допомогою їх учасників. У стратегії якісних досліджень спостереження ще називають польовим дослідженням, чим наголошують на максимальне збереження природних умов існування досліджуваної спільноти чи перебігу певного процесу. Включене спостереження передбачає інтеграцію дослідника в події і процеси. Натомість не-включене спостереження здійснюється за невтручання дослідника.

Під *включеним спостереженням* в соціології зазвичай мають на увазі або метод збирання соціологічних даних, що передує точнішим методам, або цілісну дослідницьку стратегію, тобто методологію соціальних і гуманітарних досліджень, якісно відмінну від методології природничих наук. Перше трактування більше відповідає позитивістській настанові, а друге – м'якій, гуманістичній, близьке до досвіду антропологів та етнографів.

Критикуючи позицію зовнішнього спостерігача, чия діяльність спрямовувалася лише на опис соціальної поведінки об'єкта дослідження, Чиказька школа підкреслила роль «включення» дослідника в соціальне життя. Окрім класичного дослідження Вільяма Вайта «Суспільство на розі вулиці», до порівняно недавніх зразків успішного використання методу включеного спостереження в соціології відносять дослідження Джона Садждена «Бокс і суспільство», а у радянській соціології найвідоміше – восьмирічне включене спостереження Андрія Алексєєва виробничих відносин на підприємстві «Ленполіграфмаш». Величезний досвід антропологічних та етнографічних досліджень дає змогу звернути увагу на ті аспекти польової роботи, що стають особливо помітними при використанні якісних методів збирання інформації. Сформульовані особливості й застереги проведення спостереження будуть корисні соціологам, котрі досі рідко вдавалися до спостереження, хоча і згадували його в арсеналі своїх методів.

Включене спостереження ставить особливі вимоги перед дослідником, адже це не просто метод збирання інформації, а, за словами Денні Йоргенсена, «постійне занурення – якщо не спосіб життя». Безпосередня участь у «тут-і-тепер» повсякденного життя людей забезпечує як відправ-

ну точку для логіки і процесу дослідження методом включеного спостереження, так і спосіб доступу до явищ, як правило, прихованих у випадку невиключеного спостереження (*Jorgensen*, 1989: 8–9). Включене спостереження, на його думку, доречно у ситуаціях, коли: а) про явище зовсім мало відомо; б) точки зору учасників і дослідників помітно різняться; в) явище перебуває під завісою стереотипів; г) явище приховане від громадськості (*Jorgensen*, 1989: 16). Останнє стосується випадків, коли перебіг явища відбувається за стінами установ або захищений системою конспірації (наприклад, життя в'язнів чи злочинних угруповань). Сюди ж можна додати і такі доречні саме для цього методу обставини: явище не масштабне і локалізоване, тож може бути вивчене як випадок.

Важливе питання – це доступ до об'єкта, контексту або до того процесу, щодо якого здійснюють спостереження. Залежно від ступеню відкритості організації, групи, громади віддвють перевагу тій чи іншій стратегії виходу в поле, а також обирають характер спостереження, яке може бути прихованим або відкритим, повним або вибіркоким.

Певне знання соціального контексту дослідник має майже завжди. Вивчаючи міське життя різних спільнот (пенсіонерів, циган, відвідувачів казино), навіть покидаючи межі звичного йому середовища, соціолог певною мірою знайомий і включений у проблеми цих людей. Хоча така обізнаність часто поверхова і може обернутися непорозумінням у найнесподіваніший момент, навіть якщо дослідник говорить з членами досліджуваної спільноти «однією мовою». Можна навести приклад щодо різниці трактування поняття «гарна пара» у визначенні шлюбного кола представниками різних соціальних груп: для одних найважливішим є походження обранця чи обранки, для інших – зовнішні дані, матеріальні статки чи спільність інтересів, а для селянина важливіше, щоб це був гарний господар чи господиня. Ще один яскравий приклад словесного непорозуміння — те, що трапляється із новачками на мілонзі (танго-вечірки). Зазвичай на ній 3–4 танці поєднуються в один цикл, і якщо після першого ж танцю сказати «дякую», то це означає відмову від подальших танців і може образити партнера.

Тому одним із завдань включеного спостереження – є витлумачення ключових для обраної проблематики понять у термінах членів досліджуваної спільноти (*інсайдерів*), враховуючи особливості їх буття і світосприйняття. Досліднику важливо звертати увагу на самоназву та аргументації організацій, груп або субкультури. Мова групи містить ключі до того, що важливе для членів групи, і як вони бачать світ. Як приклад можна навести ромів, – в Україні проживають їх численні субетноси із

самобутньою і досі неасимільованою нашою цивілізацією культурою і дуже відмінними одна від одної мовами і звичаями, складною системою соціальних відносин. А для навколишніх (*аутсайдерів*) усі вони – «цигани», проте ця назва містить зневажливий відтінок, посилений стереотипами про життя і заняття ромів, тож не сприятиме успішному прийняттю дослідника табором.

Проте і повне занурення у контекст заважає сприймати своє як чуже. Позиція відстороненості цінна тим, що дає підстави піддати сумніву звичні речі та помічати деталі, або дивитися на знайомі речі очима стороннього (аутсайдера). Відстороненість допомагає дослідникові бачити звичне по-новому, а це виявляє ті аспекти оточення, які не усвідомлюють члени групи. Це стимулює дослідника до переосмислення і власного соціального світу. Процес дослідження нагадує постійне перетікання з одного в інше із прагненням до одночасного утримання і включеності, і дистанційованості у їх рефлексії.

Узагальнюючи свій досвід, дослідники зазначають, що ви можете пережити *культурний шок* або відчуття дезорієнтації, коли вперше перебуваєте в місці проведення польової роботи, і це пов'язане з відмінностями в кодах цінностей і поведінці людей. Цей стан дезорієнтації, можливо, корисний. Через свій довготривалий ефект, подібно до ритуалу переходу, він готує вченого до уявного стрибка, необхідного для знайомства з чужою культурою або способом життя. Попередня підготовка дослідника, як формальна, так і неформальна, може створити у нього або у неї нерéalістичні очікування від спільноти, породити усвідомлений або неусвідомлений романтизм, який згодом наражається на зовсім інакшу реальність досліджуваної групи.

У включеному спостереженні є й інші проблеми – серед них труднощі встановлення своєї ролі в спільноті і контакту з інформантами. Інколи дослідникам важко пояснити свою присутність або характер проваджуваних досліджень людям. Олена Ярська-Смірнова та Павло Романов застерігають, що не слід вважати, що ми маємо автоматичне право проводити свої дослідження, треба бути готовим запропонувати спільноті щось взамін (наприклад, сприяти виробленню рішень щодо досліджуваної проблеми). Ще один клас труднощів, з якими стикаються більшість етнографів та антропологів і які можуть постати перед соціологом, стосується тієї позиції, яку повинні посідати дослідники стосовно внутрішніх розколів або поділів досліджуваної спільноти. Не завжди можливо зберігати нейтральність, а в деяких обставинах позиція нейтралітету взагалі може виявитися етично неприйнятною (Ярська-Смірнова, Романов, 2004: 293–294).

Найбільш відповідним дизайном включеного спостереження стає кейс-стаді. Адже, як правило, спостереження проводяться щодо одного об'єкта – випадку (case), яким є якась спільнота, окремо взяте соціальне явище, клас дій або царина діяльності. Детально процедури його реалізації описані Євгеном Ковальовим та Іллею Штейнбергом на матеріалах проекту дослідження села. На їхню думку, одне з найдискусійніших питань застосування методу спостереження в соціології – це обґрунтування валідності й надійності отриманих даних. З цією метою використовується *триангуляція* як колективний спосіб збирання і аналізу даних, коли в групі обов'язкова присутність дослідників різної статі, віку, соціального походження, щоб уникнути однобічних інтерпретацій, викликаних можливими упередженнями ученого. Ще одне розуміння терміна «триангуляція» – це використання різних типів свідчень для складання якнайповнішої картини досліджуваного явища. Найбільші дивіденди, на переконання згаданих авторів, стратегія триангуляції може принести на стадії аналізу даних. Вирізняють чотири типи триангуляції, які сприяють перевірці та обґрунтованості якісного аналізу. Методична триангуляція – це перевірка стійкості результатів, отриманих за допомогою різних методів збирання. Перевірка стійкості різних джерел даних в межах одного методу отримала назву триангуляції джерел. Залучення дослідників, носіїв різного досвіду, дає триангуляцію аналітиків, а використання декількох теорій для інтерпретації даних – теоретичну триангуляцію (Ковалев, Штейнберг, 1999: 308).

Валідність і надійність включеного спостереження, за Лоуренсом Ньюманом, окрім триангуляції визначається ще додатковими умовами: настанням подій незалежно від факту їх вивчення; детальністю і відвертістю опису перебігу дослідження; оцінкою членів групи; компетентністю уявлень про життя групи (Ньюман, 1999: 118). Таким чином, немає підстав відмовляти включеному спостереженню у належній якості даних. Хоча проблема порівняння результатів, отриманих у різних дослідницьких проектах у даному випадку буде складнішою, аніж у опитуваннях та інших випадках використання переважно кількісних методів, де мовиться переважно про зіставність за ознаками репрезентації вибірок чи питань та шкал інструментарію.

Тож, підсумовуючи, слід зауважити, що, нині зближення обох дисциплін відбувається через перетин їхніх предметних царин: маргінальні групи, далекі культури, приватність входять у поле зору соціолога, а урбанізоване модерне суспільство – антрополога. Тому неминучими стають міждисциплінарні проекти, активне взаємне запозичення під-

ходів та методів. Якісні методи, які в сучасній соціології вважають ще неувичасними, давно використовуються в польових антропологічних дослідженнях, де накопичено чималий методологічний досвід.

В антропології та етнографії, зокрема, завжди була винятково висока роль спостереження. Цей метод виявляється незамінним при виявленні типового в унікальних ситуаціях. Він може бути ефективним інструментом вивчення груп, організацій і субкультури, роблячи доступними ті аспекти їхнього життя, які не можуть бути досліджені за допомоги кількісних підходів. Сьогодні включене спостереження набуває дедалі більшого поширення в соціології, як і інші якісні підходи – кейс-стаді, біографічний метод, наративний аналіз, узвичаєні в антропологічних дослідженнях. Окрім усього іншого антропологічний та етнографічний досвід сприяє переосмисленню тих категорій та понять соціології, які вироблені на матеріалі західного модерного суспільства.

Культурні артефакти як тексти

До ряду згаданих попереду міждисциплінарних зв'язків антропології та етнографії слід віднести і вплив семіотики, який також суттєвий нині в соціології. Особливо він помітний у розширенні джерел отримання інформації про соціокультурні процеси та явища. Ними стає все створене людиною: мова та мовлення у найширших своїх значеннях, речі, споруди, організація часу та простору.

Водночас неунікненним для сучасного розуміння культури стає (*наголошення*) акцентування її знаково-символьної природи, адже культура існує в семіотико-символічній формі й передається через мову. Тому не дивно, що семіотична проблематика в аналізі культури одна з найрозробленіших. Цьому сприяли досягнення антропології та лінгвістики, з середовища яких у минулому столітті постав структуралізм, а згодом постструктуралізм. Визначною також є вітчизняна семіотична традиція, розвинута видатним українським соціопсихолінгвістом XIX століття Олександром Потебнею. Сформуловані ним тези за півстоліття стали основою семіоструктурного аналізу і деконструктивістського повороту постструктуралістів

Культуру як «семіосферу» розглядає відомий культуролог і семіотик Юрій Лотман, який застерігає від розширеного трактування складної природи символу і пропонує своє його розуміння. Символом у культурологічному, а не широкому семіотичному значенні є не всякий довільний знак, а лише той, що здатний концентрувати незліченну кількість смислів у власній зовнішній формі, стаючи таким чином ключови-

ми елементами культури (Лотман, 2000: 146). Він розробляв інтерпретації-прочитання найрізноманітніших «культурних текстів», особливу увагу звертаючи на стиль життя, одяг, манери та жести.

Акцент на семантичне пояснення у науковому аналізі притаманний інтерпретативному підходу, який був розвинутий у 1960–1970-ті роки у радикальну теорію інтерпретації американського філософа Дональда Девідсона. Ця міждисциплінарна парадигма прагнула трактувати усі форми людської діяльності як символічні тексти, народжені всередині «світу значень», повсюдного культурного контексту. Відповідно, культурологічна модель тлумачення тексту сприймалася як єдина методологія гуманітарних наук.

Результатом такої інтерпретації соціальної реальності стає її уявлення як тексту – все, що нас оточує і підлягає спостереженню, або вже є текстом, або може ним стати – і, відповідно, може бути дослідженим за допомоги неопитувальних методів. Деякі тексти створюють у перебігу дослідження (щоденник спостереження, стенограма інтерв'ю, анкета тощо). А ось особисті документи людей: їхні листи, щоденники, вірші, любительські фільми, фотоальбоми, колекції різних речей і багато інших форм самовираження і віддзеркалення особистого життя, характерні для багатьох людей, – культурні артефакти. Перевага документів, створених незалежно від завдань дослідника, перед даними анкетних опитувань і навіть глибинних інтерв'ю полягає в тому, що інформація, яка міститься в них, більшою мірою пов'язана з природним контекстом реальності, чим із інспірованою ситуацією дослідження.

Тож широкі можливості соціокультурного аналізу особливо стосуються вибору джерел соціологічної інформації, до яких, окрім традиційної для соціології методологічно обґрунтованої громадської та експертної думки, належать і такі культурні артефакти, як найрізноманітніші «імена» і «речі». Їх номенклатура включає усіх матеріальних носіїв знаків, всі варіанти прочитуваного в них символічного тексту.

Знаково-символьна природа речей та імен, їх класифікація і епістемологія належать більше до семіотики і для соціолога стають початком власне соціокультурного аналізу. Серед його підходів вирізнемо три складові. По-перше, аналіз символу в тріаді Олександра Потебні: зовнішня форма, зміст, внутрішня форма. По-друге, культурні інтерпретації: буття і мінливість символічного, цінності, включенність до культурної традиції тощо. По-третє, соціоструктурний контекст, який дає змогу зрозуміти як передумови, так і заплановані чи ні наслідки функціонування символічного простору.

Продемонструвати особливості речей та імен як джерел соціокультурної інформації можна на прикладі уречевлених символів, топонімів чи фото урбаністичного ландшафту. Зовнішня форма символу в просторі міста – це різноманіття знакових форм (візуальні, звукові, тактильні, нюхові), звичних та екзотичних для даної культури. Загалом же урбаноніми утворюють свій текст міста, їх прочитання дасть багато цінної інформації соціологу. Ще століття тому прозорість етимології робила найменування очевидними та функціональними. Виникнення назв вулиць, площ, мостів та поселень було зумовлене необхідністю виконання інформативної, застережувальної, пояснювальної функцій, які тепер покладені на дорожні знаки та путівники. Справді, село Грузьке, містечко Конотоп нинішньої Сумської області відразу готували мандрівника до труднощів подорожі, а вулиці Прорізна, Діагональна – розповідали про специфіку їх виникнення, містячи при цьому «для тих, хто знає» ще й додаткові конотації (супутні значення) про специфіку організації простору міста у цьому місці: дефіцитність землі, її інтенсивну забудованість чи, навпаки – цілинність.

Та з часом зв'язок між символікою вулиці і її денотатом безповоротно втрачається. Вік будов не тривкий, вони зрештою не встоюють під час натиску стихії чи людини. Ті ж, що залишалися, передавали, мов за естафетою, родові ймення місця – так та сама вулиця могла повністю видозмінитися упродовж століття. Ці постійні зміни поступово призвели до того, що під впливом різних чинників більшість об'єктів (споруди, шляхи, специфіка рельєфу тощо) чи суб'єктів (жителі певного суспільного стану, землевласники, визначні діячі, котрі тут мешкали...) іменодавців зникають, розчиняються поміж загалу новобудов та новопробульців. І навіть якщо у пориві відродження традиції, чи просто стараннями ентузіастів істориків, він знову виринає, то лише як знак минувшини, старовини, виконуючи естетико-декоративну функцію, надаючи більшої символічної ваги новим користувачам. Його ж інформаційна цінність у життєвому світі мешканців вже не актуалізується.

Згодом урбаноніми частково знаходять себе у нових нетрадиційних зв'язках, відбувається реетимологізація. Випадковим, але тим цікавішим стане зв'язок, який побачать непосвячені у радянську поезію в адресі магазину «Дитячий світ» – Київ, вул. Малишка, 2 (вулиця названа на честь Андрія Малишка); маркетингово вдалою виявилось використання частини подвійного прізвища більшовика-ленінця Смирнова-Ласточкина для одного з київських швейних підприємств, ім'я якого воно носило з радянських часів, тепер на ярликах костюмів і сорочок, на шкільних формах

красується стилізована ластівка. Так само мало нагадує про буремні роки революції фірмовий пиросос «Артем», але саме його виробник – завод імені Артема (професійного революціонера, одного з керівників першого уряду Радянської України) – дав назву і вулиці, на якій розташований.

У суголоссі з концепцією Умберто Еко, проект модерну так сильно прагнув виправити минуле і задати майбутнє, що являє нам вичерпання у вигляді *tabula rasa* (Еко, 1989: 461). Після хвиль масових перейменувань і перелицювань ХХ століття їх завершенням стають таблички на будинках Львова із замальованою старою назвою вулиць, перейменованих в останнє десятиліття. Місто як текст дедалі більше нагадує палімпсест і проекція знесеного будинку проступає формою кладки чи вицвілістю фарб на стінах сусідніх споруд. Первинні ансамблі зазнали численних правок і напластуваль, своєю недоговореністю провокують багатство інтерпретацій – що ілюмінація підсвітить, те і прочитаєш. Актуальне значення несподівано вихоплює давніші шари, поглиблюючи мозаїчність сьогочасних знаків. Намагаючись прочитати знаки часу в рамках їхнього власного контексту, виявляємо, що все складніше закрити гештальт, бо не зосталося жодного цілісного ансамбля: центральні, знакові чи так звані програмові частини їх зруйновані, а більшість елементів вплетені у пізніші конструкції. Такі результати й умови соціокультурного аналізу сучасної епохи, що реалізується через поєднання: знаково-символьної природи; трансляції культурних цінностей; соціоструктурного контексту фрагменту міського простору.

Тепер звернімося до фотографії як ще одного матеріалу соціокультурного аналізу і культурного артефакту. Розвиток відеотехнічних засобів і, зокрема, поява простих фотоапаратів породило ще в ХХ столітті бум побутового фото. Фотографування покинуло вузькопрофесійні межі і стало доступним майже кожному. Відповідно, змінилася його значущість і функціонування: «Останнім часом фотографія стала не менш поширеною розвагою, ніж секс і танці, і це означає, що люди, які фотографують, не визнають її, як і решту видів масової культури, за мистецтво. Фотографія – це здебільшого соціальний ритуал, захист від переживань і знаряддя влади» (Зонтаг, 2002: 16).

Існує достатньо свідчень актуальності соціологічного дискурсу фотографії і необхідності його подальшого розвитку. Але ми звернемося до можливостей і труднощів використання фотоматеріалів у соціокультурному аналізі сьогодення і минувшини. Статичність фотографії припускає деяку складність реконструкції з її допомогою соціальних відносин, але це компенсується зручністю включення такого матеріалу в

дослідження. Фотографія як документ, що створений у соціальній реальності й оповідає про неї, вимагає подвійного прочитання: по-перше, систем текстотвірних значень, зафіксованих у знаках і символах цього візуального фрагменту; по-друге, значимостей самої ситуації фотографування. Таким чином, сутність фотографії як артефакту, її полісемія (а також полісемія фільму, плакату, листівки) зумовлені такими контекстами: наявна соціокультурна ситуація, жаданий образ та існуючі практики фотографування.

Про необхідність аналізу соціальних практик та установок на фотографування, де виявляється і ставлення до техніки, і ставлення до чужинця, свідчить мій досвід зйомок дітей закарпатських ромів у таборі. Це були вдячні моделі, вони із задоволенням позували, щиро і жваво відтворюючи десь інде підглянуту гру у фотографування, нав'язавши, по суті, її і мені (адже спочатку я не планувала знімати людей, а збиралася зафіксувати лише побут табору, що розкинувся на київських околицях). Визначальним у ситуації фотографування був не тільки дитячий вік, що передбачає велику цікавість, але і соціокультурні особливості способу життя цієї групи, який не заохочує у своїй повсякденності практики фотографування. Вони впускали фотографа в зону приватного, ніхто не вимагав плати за дозвіл знімати, винагородою служили самі знімки, юні моделі вели себе розкуто. У результаті на готових відбитках я отримала гендеровані прояви цієї безпосередності: наїжачені погляди і наставлені кулачки хлопчиків, які мусять продемонструвати силу, та манірні пози дівчаток, останні навіть забрали у мене букетик лісових квітів для більшої схожості на дам.

Соціокультурний підхід вимагає враховувати контекстуальність, суспільні правила створення та побутування фото. Часто прокрустове ложе фотографії – не межі кадру, а саме ця ситуація фотографування. Відсутність узвичаєних правил фотографування та нерозуміння оточення може відчути дослідник у прагненні зафіксувати не «класичні» об'єкти (знайомих, визначні пам'ятки, пейзажі), а будь-що інше. Культурна традиція не лише не заохочує, а й чинить спротив таким практикам фотографування. Тож соціологу з фотоапаратом у сучасному суспільстві не простіше, ніж антропологу в класичній ситуації дослідження традиційних культур, де він наражається на певні упередження і побоювання людей, коли ті потрапляють у фокус відеокамери чи фотоапарату.

Агентами нормування профанного сприйняття й аматорського погляду на те, що варте зйомки виступають фотографи-професіонали. Навіть настанова на нетривіальність роботи фотохудожників є дією чис-

ленних культурних нормативів та умовностей. Вийшовши за ними ж встановлені межі для аматорської зйомки, фотографи можуть відчувати їх: «У роботі бували паузи, затишшя, безриб'я. Накотить кураж – тоді вони фотографують один одного, дозволяючи собі відступати від норм (які не дозволено порушувати клієнту). Норму “фотографії на пам'ять” вони називали “ширужитком”, а порушення її вважали проявом вищого класу. Підкреслю, порушували правила тоді, коли знімали самі себе чи, що було великою рідкістю, для себе» (Савчук, 2005: 78)

Візуальний ряд стає важливим доповненням, а часом і конкурентом біографічних досліджень. Історію життя чи її певний лейтмотив ми намагаємося «дочитати» із світлин героїв інтерв'ю чи їхніх рідних. Кожна нарація безумовно породжує цілу низку образів у ході оповіді чи вже в тексті. Так, перебіг розмови оприявнює їх через рефлексію оповідача, через спостережувані символи його статусу, манери, інші артефакти, які творять окремий пласт аналізу. Те, що надзвичайно складно потім реконструювати такі образи зі стенограми, – зізнання багатьох дослідників, тому й цілком природне намагання їх задокументувати безпосередньо, що найчастіше здійснюють за допомоги фотографії.

На відміну від професійної та репортерської фотографії, аматорське чи побутове фото не маніфестує себе як виразник певної епохи, проте також є ним. І звернення до фотоальбомів теж може суттєво розширити чи навіть заново реконструювати оповідь про життєві перипетії та соціальні зв'язки індивіда. Складаючи «портретну хроніку», сім'я намагається зберегти родинні зв'язки, характерні колись для великого багатопокілісного роду: «Сімейний фотоальбом здебільшого присвячений великій родині, і часто це єдине, що лишилося від неї» (Зонтаг, 2002: 16). За певних обставин найближче родинне коло людини суттєво доповнюють чи навіть заступають інші соціальні мережі (друзі, колеги, однокурсники, однополчани, земляки) – і це, як правило, дістає відображення у фотоальбомі. Так, у вересні 2006 року в галереї «Митець» (м. Київ) експонувалася фотовиставка, на якій було демонстровано збільшені та частково реконструйовані світлини з фотоальбому нашої співвітчизниці часів її перебування на примусових роботах у Німеччині. Зроблені усі у студії місцевого фотографа, вони репрезентують коло її товаришок, котрі були привезені з різних місць СРСР і зазнали схожої з нею долі.

До прикладу, Ольга Бойцова, взявши за основу типології фотоальбомів жанрову класифікацію Е. Волкера та Р. Кімбел Мултон (*Walker, Kimball Moulton, 1989*) отримала такі чотири типи: 1) сімейний фотоаль-

бом (у випадку представленості щонайменше трьох поколінь), 2) подієвий альбом (наприклад, про подорож), 3) автобіографічний, 4) альбом, присвячений хоббі. На її думку, для нашої культури останній тип майже не характерний, а перший і третій дуже часто переплітаються. Дослідницею проводилися інтерв'ю із укладачами двадцяти альбомів: у формі показу інформантами своїх фотоальбомів з коментарями («photo elicitation interview») та напівструктуровані інтерв'ю з пугівником, які теж включали показ альбомів (*Визуальные аспекты культуры*, 2005: 146–164).

Поки методика збирання соціологічної інформації не так впевнено і широко залучає візуальні документи, сам феномен останніх все потужніше заявляє про себе у соціальній реальності: як у мистецтві, мас-медіа, так і на повсякденному рівні. На часі заміна форм любительських фотографій завдяки цифровій фототехніці, які вже не розклеюють в альбоми, як було заведено кілька десятиліть тому, не складають у стосики, як почали робити у 1990-ті з появою простих в управлінні компактних апаратів, а сотнями записують на диски. Розвиток комунікацій в Інтернет-мережі призводить до появи варіантів багатовізуалізованого життєопису (Інтернет-фотоальбоми, Живий Журнал чи блог). Це породжує уже принципово інакшу методику, коли радше розповідь ілюструє слайдшоу, а не навпаки, бо й сама зйомка уже перейшла від фіксації пам'ятних місць чи миттєвостей («фото на пам'ять») до розлогого, часто розгалуженого ліричними відступами-вкрапленнями («а це мені просто будиночок сподобався») відеоряду, об'єднаного певною подією («прогулянка з друзями», «день міста», «придбання машини» і т. д.). Побутова фотографія з успіхом може слугувати стимулом, обрамленням, супроводом чи й канвою розгортання наративу. Досвід такої стимульно-ілюстративної функції сімейного фотоальбому при оповіді власного життя іжевця ми аналізує Тетяна Власова (*Визуальная антропология*, 2007: 123–145).

Нове століття надає нові можливості, серед них, у першу чергу, поява цифрових засобів образотворення: відеозапис інтерв'ю, фотографування ситуації спілкування, сканування документів інформанта – цей мультиплікований образний ряд біографічного інтерв'ю чи спостереження ускладнює процес опрацювання матеріалу, його інтерпретації й тим самим збагачує. Звичайно, поки далеко не всі потенційні респонденти мають можливість запропонувати саме такий відео-аудіо формат спілкування, але дослідники мають володіти відповідними методиками.

Тож, як ми побачили, залучення імен, речей та образів як символічного тексту приватного та публічного життя всього міста чи окре-

мої родини, суттєво збагачує джерельну базу соціологічного дослідження, відкриває несподівані можливості для застосування відомих якісних методів та розроблення нових.

Соціокультурний аналіз, завдяки своєму методологічному і теоретичному підґрунтю дає змогу врахувати досвід соціогуманітарних дисциплін у розвиток якісних методів. Поряд з іншим це дає розширення джерельної бази соціологічного дослідження, а також озброює соціолога новими підходами до аналізу даних. Замість розлогого підсумку-повтору пропонуємо ще раз пройтись звивистими шляхами гуманітарного пізнання, які привели його на початок XXI століття. Тож Галина Зверева за матеріалами європейських та американських творів пропонує нам таку мандрівку (*Выбор метода: изучение культуры в России 1990-х годов*, 2001: 11–12):

- соціоісторичний «поворот» 1950–1970-х років, що сприяв народженню феномену «нової історичної науки» і перш за все, – нової соціальної, культурної, інтелектуальної історії;
- антропологічні «повороти» 1950–1970-х років, пов'язані з освоєнням в різних соціогуманітарних дисциплінах евристичного потенціалу структурної антропології К. Леві-Строса та інтерпретативної антропології К. Гірца;
- лінгвістичний «поворот» 1960–1990-х ввібрав у себе напрям нового літературного критицизму;
- наратологічний «поворот» 1960–1990-х, у перебігу якого дослідники звернулися до змістового аналізу форми оповідних стратегій;
- культурний «поворот» 1970–1990-х, що виразив прагнення інтелектуалів до «культурного виміру» історичного й соціального;
- когнітивний «поворот» 1970–1990-х, зумовлений впливом інформаційно-технологічних новацій на інтелектуальну роботу;
- новий історичний «поворот» 1970–1990-х виявився в літературно-критичному напрямку «нового історизму» і справив помітний вплив на «культурні дослідження»;
- візуальний «поворот» 1980–1990-х років дав змогу інтелектуалам зосередити увагу на взаємозв'язку різних «технік бачення» зі способами репрезентації предмета вивчення.



Література

1. Бурдые П. Начала. Choses dites. – М.: Socio-Logos, 1994.

2. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность : Сб. науч. ст. / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. – Саратов: Научная книга, 2006.
3. Визуальные аспекты культуры : Сб. науч. ст. / Под ред. В. Л. Круткина. – Ижевск: Удмуртский государственный университет, 2005.
4. Выбор метода: изучение культуры в России 1990-х годов : Сб. науч. ст. / Под ред. Г. Зверева. – М.: РГГУ, 2001.
5. *Гірц К.* Інтерпретація культур. – К.: Дух і Літера, 2001.
6. *Зонтаг С.* Про фотографію. – К.: Основи, 2002.
7. *Ионин Л.* Основания социокультурного анализа : Уч. пособие. – М.: РГГУ, 1996.
8. *Ковалев Е., Штейнберг И.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. – М.: Логос, 1999.
9. *Козлова Н.* Социально-историческая антропология. – М.: Ключ, 1999.
10. *Лапин Н.* Социокультурный подход и социетально-функциональные структуры // СОЦИС. – 2000. – № 7. – С. 3–12.
11. *Лотман Ю.* Семиосфера. Внутри мыслящих миров. – СПб.: Искусство, 2000.
12. *Ньюман Л.* Полевое исследование // Социологическое исследование. – 1999. – № 4. – С. 110-121.
13. *Савчук В.* Философия фотографии. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2005.
14. *Сепир Э.* Антропология и социология // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Прогресс, 1993.
15. *Эко У.* Заметки на полях «Имени розы» // Имя розы. – М.: Книжная палата, 1989.
16. *Ярская-Смирнова Е., Романов П.* Социальная антропология. – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
17. *Jorgensen D.* Participant Observation. – London: Sage, 1989.
18. *Walker A., Moulton R. K.* Photo Albums: Images of Time and Reflections of Self // Qualitative Sociology. – 1989. – Vol. 12; № 2 (Summer). – P. 155–182.

Словник термінів

Біографічне дослідження – стратегія збирання даних про історію життя індивідів, полягає в усній оповіді чи змалюванні свого життя в ході спілкування (як правило, інтерв'ю) та подальшого аналізу отриманих текстів. Використовується у вивченні історії життя, усній історії, історії сім'ї тощо.

Включене спостереження – метод збирання первинної соціальної інформації шляхом прямої і безпосередньої реєстрації дослідником подій і умов, які дослідник застає на момент дослідження або може реконструювати з допомогою їх учасників. Включене спостереження передбачає інтеграцію дослідника в події і процеси.

Інсайдер, аутсайдер – поняття, запропоноване Л. Ньюманом для позначення учасників та спостерігачів певного явища, процесу. Перші, як правило, члени певної спільноти – об'єкта дослідження, в той час як у ролі інших виступають дослідники.

Культурний шок – термін, введений К. Обергом на позначення сильного емоційного потрясіння від зіткнення із незнайомою культурою, надалі розроблявся Ф. Боком як реакція на незвичність, непрогнозованість поведінки оточення у разі перебування у чужій культурі.

Наратив – історія (оповідь), історично і культурно зумовлена інтерпретація певного аспекту життя з позиції індивіда.

Уґрунтована теорія – дослідницька стратегія, ґрунтована на прагматизмі та символічному інтераціоналізмі, що прагне не лише описувати умови, а й фіксувати, як «актори» відповідають на зміну умов і наслідки цих своїх дій. А дослідник має вловити цю взаємодію.

Тріангуляція – стратегія поєднання різних методів, типів даних і моделей пояснення як система посилення надійності отриманих у ході застосування якісних методів даних.

Урбанонім – назва вулиці, площі чи будь-якого іншого міського об'єкта.

Щільний (насичений) опис – термін, введений в обіг Г. Райлом із відомим прикладом про багатозначність підморгування, він означає, що дослідник має інтерпретувати отриману у ході спостереження інформацію з урахуванням позиції діючого суб'єкта.

Контрольні запитання

1. У чому особливості застосування якісних методів у соціокультурному аналізі?
2. Які особливості використання включеного спостереження?
3. В чому вбачається вплив антропології на розвиток якісних методів і методології?
4. Які види тріангуляції застосовуються для посилення надійності даних?
5. Як і наскільки соціолог має враховувати контекст досліджуваного предмета?
6. Розкрийте можливості аналізу текстів культури якісними методами?
7. Які джерела інформації про соціальні явища і відносини криє в собі урбаністичний ландшафт?



Теми рефератів

1. Місце та роль соціокультурного аналізу у дослідженні українського суспільства
2. Включене спостереження: особливості методу при вивченні культурних явищ
3. Міждисциплінарні зв'язки у розвитку методології гуманістичної соціології
4. Методи та досвід антропології в сучасній соціології.
5. Речі як знаки, символи, текст у соціокультурному аналізі.

Лекція 5

ВІЗУАЛЬНЕ У ДОСЛІДЖЕННЯХ КУЛЬТУРИ

Тенденції візуалізації у сучасній культурі

Важко не помітити у сучасній культурі зростання візуального різноманіття. Наше суспільне життя переповнене образами: ми бачимо їх щоденно, на рекламних щитах, у газетах чи журналах, вмикаючи телевізор чи персональний комп'ютер, на фотознімках друзів і близьких. Світ візуального починає посідати дедалі значущішу частку нашого життя. Ми отримуємо величезну кількість інформації про інших і надаємо інформацію про себе, базуючись на візуальному сприйнятті. Прочитуємо соціальний статус людини – навколишні оцінюють її одяг, будинок, авто, чоловіка або дружину. Такі спостереження формують загальне уявлення про особу, про те, якою вона є, – про її ідентичність. Навіть ставлення до людини, принаймні перше враження, визначається її зовнішніми характеристиками.

«Ми спілкуємося за допомоги образів. Візуальна комунікація стала центральним аспектом життя людини, і значна частина її здійснюється опосередковано, символічними засобами: словами, знаками і символами всіх видів. Ми використовуємо їх для вираження свого емоційного стану, розвитку і реалізації творчих імпульсів. Саме тому різноманітні організації звертають значну увагу на такі візуальні явища як костюми і уніформа, різноманітні символічні об'єкти, вивіски, фірмові знаки, прапори портрети і статуї видатних особистостей» (*Бергер, 2005: 18*). Польський соціолог П. Штомпка виокремлює кілька процесів, що суттєво вплинули на збільшення візуальних образів у сфері культури. «Першим є дещо приривидшений та інтенсивніший цивілізаційний і технічний розвиток, другим – урбанізація, наступним – процес комерціалізації, і останній, – поява споживацького суспільства, підпорядкованого імперативові постійного звернення до новизни і оригінальності» (*Sztompka,*

2005: 18). Він зазначає, що інколи навіть говорять про три історичні епохи, які відрізняються з точки зору домінантних рис культури: епоха оральна, вербальна і візуальна, в якій великого значення у комунікації набуває образ. «Образи переносять інформацію, знання, емоції, естетичні переживання, цінності. Стають предметом свідомого розшифрування, але також і діють на підсвідомість» (*Sztompka, 2005: 5*). Як зазначає Сьюзан Зонтаг, «капіталістичне суспільство створює культуру, що базується на візуальних образах. Членам такого суспільства пропонують різні види розваг, що стимулюють набуття певних видів продукції і одночасно таких, що відволікають увагу від проблем класового, статевого чи расового характеру» (*Зонтаг, 2002*).

Візуальні практики культури як предмет зацікавленості соціологів

Візуальні аспекти суспільного життя поступово потрапляють у поле зору ґрунників гуманітарних наук і соціологів, зокрема. Дослідження візуального – це не тільки дослідження образів, але всього, що видиме і може піддаватися спостереженню. «Візуальність стосується того, як ми бачимо щоденні об'єкти і людей, а не тільки ті речі, які вважаємо за візуальні тексти», – зазначають Стюкен і Катрайт (*Sturken, Cartwright, 2001: 370*). На це ж вказує Ніколас Мьозеф: ми можемо вести мову про ключове значення візуального досвіду у щоденному житті (*Mirzoeff, 1999*). Прояви візуального, що мають місце у навколишньому світі, є виразнішими, різноманітнішими і багатшими, ніж будь-коли. Іншими словами, збільшується «візуальна образність» довкілля, урізноманітнюються практики візуального. П. Бурдье у книзі «Практичний глузд», аналізує логіку практики на основі досліджень ритуальних дій. Практика, на думку П. Бурдье, здійснюється актором у рамках об'єктивно-суб'єктивних структур, вона завжди чимось зумовлена, від чогось залежить, її умови і передумови – її ж і атрибути, оскільки формують ситуацію готовності до дії. Практика – це все те, що соціальний агент робить сам і з чим він зустрічається в навколишньому світі (*Бурдье, 2001*).

У різні історичні епохи візуальні практики набували різних форм. Наприклад, епоха Відродження супроводжувалася яскравим сплеском живопису, скульптури і архітектури, а на протигагу їй досить збіднілою виглядала візуальна сфера у епоху Середньовіччя. Особливістю візуальних практик є те, що вони містять зорові образи, які втілені у культурі. Для соціолога важливими є не тільки наявні візуальні зображення, а й використання окремих з них для відображення різноманітних аспектів

суспільних відносин і зв'язків. Разом з тим візуальні зображення можуть застосовуватися для глибшого наукового пізнання, перетворюючись у гносеологічні засоби, тобто у візуальні методи дослідження.

Візуальна соціологія у полі соціологічного дискурсу

Візуальна соціологія, як зазначає П. Штомпка, є дисципліною досить молодою, далекою від конституювання. Можливо, це спричинено, що соціологія у своїй спрямованості, подібно до інших наук, сконцентрована на слові і підрахунках, а візуальні образи викликають підозру. Візуальність, або те, що є очевидно центральним способом нашого буття, є тільки периферійним предметом зацікавлення у дослідженнях суспільного порядку.

У вітчизняній довідниковій літературі поки що відсутній термін «візуальна соціологія», але й у зарубіжних працях цей термін хоча й фігурує, все ж не є достатньо поширеним. У 1994 році, в оксфордському словнику із соціології з'явилося гасло «візуальна соціологія», перший же курс з візуальної соціології був грилений у американських університетах у середині 70-х років ХХ століття. Інтелектуальна емансипація візуальної соціології від розвинутої раніше візуальної антропології чи візуальної етнографії фактично відбувається лише у 70-х роках ХХ століття, а перші прояви інституціоналізації у соціологічному середовищі – у 60-х роках. На пострадянському просторі візуальні образи частково вивчалися у межах таких галузей соціології: соціології масових комунікацій, соціології кіно, соціології мистецтва, дещо пізніше – соціології реклами. Дослідники візуальної культури розглядають як предмет своїх досліджень різноманітні структури, що породжують відповідні образи і уявлення, які створені у людській культурі: живопис, графіка, різьблення, фотографія, реклама, телебачення, кіно, відео, комп'ютерні ігри, Інтернет тощо. Але від певного часу ми все-таки можемо констатувати, що з'являється напрямок у соціології, який є знаним як візуальна соціологія. «Предметом зацікавленості є дві засадові речі. По-перше, вона використовує фотографію (а нині дедалі частіше відео та фільми) як дослідницьке знаряддя, що спрощує збирання даних. По-друге, використовує візуальні образи як дані самі по собі, зазвичай як частину соціологічних досліджень культури, у яких досліджують фільми та інші витвори культури, часто із застосуванням семіотики (семіології)» (*Visual sociology*, 2004: 336).

Прояви візуального формують разом універсум візуального у суспільстві (або інакше, іконосферу суспільства), що і становить предмет

візуальної соціології. Візуальні практики не завжди є «прозорими вікнами» на навколишній світ. Вони пояснюють, збільшують, проявляють, а інколи й «прикрашають» його. Деякі з цих видів практик іманентно виступають і методами в разі здійснення соціологічних досліджень. Причому, ставлення науковців як до візуальної соціології, так і до її методології є досить полемічним і неоднозначним.

У напрямку до критичної візуальної методології

Стосовно візуальної методології існує радше полемічне коло суджень, аніж однозначність точок зору. Джиліан Роуз у праці «Візуальна методологія» виокремлює кілька позицій, що стосуються сучасних дебатів про візуальну культуру.

Ставлення до візуального зображення

Полеміка розгортається навколо інтерпретації та ставлення до зображення, його сприйняття з боку вчених, обмежень і перспектив. Сама Роуз наголошує на тому, що до «зображення слід ставитися серйозно». Як вона зазначає, мистецтвознавці продовжують скаржитися на соціальних вчених, оскільки останні не дивляться на зображення достатньо уважно, схильні припускати, що зображення є просто віддзеркаленням їхнього соціального «контексту». Але, підкреслює Роуз, зображення мають і свої власні ефекти, тому потребують уважного ставлення.

Врахування соціальних умов і ефектів візуальних об'єктів

Візуальні образи відіграють вагомую роль в артикуляції знань про світ, вони залежать від культурних практик, одночасно формують те, що стає у них включеним чи виключеним. Важливо і те, як зображення діють. Власні візуальні ефекти є ключовими при конструюванні та відтворенні бачень соціальної реальності у зображенні, але вони завжди перетинаються з соціальним контекстом, який виявляється через бачення зображення глядачем.

Звернення уваги на процес бачення зображення

При аналізі зображення маємо розглядати свій власний шлях бачення зображення, причому враховуючи те, що його важко ідентифікувати, коли шляхи бачення зображення вже історично, географічно, культурно та соціально визначені. Тому слід розмірковувати над тим, як бачите саме ви, як критик візуального зображення. Не можна обійтися й без полеміки навколо методологічних інструментів, саме навколо них

формується ще одна площина полемічних суджень щодо візуальної методології.

Методологічні інструменти: об'єкт і модальності

Тлумачення візуальних зображень дає змогу виокремити три підходи до розуміння баченого. З цього приводу Роуз зазначає, що «об'єкт – це те, на що спрямований дослідницький інтерес під час аналізу баченого і в межах якого формується науковий дискурс щодо візуальності» (Rose, 2001: 4–16).

1. Об'єктами виступають засоби виготовлення зображень.
2. Самі зображення як об'єкти.
3. Об'єкт – це зображення, винесене на розгляд глядачів.

Зазначені об'єкти, у межах яких відбуваються дискусії щодо баченого, досить складні, оскільки існують різні аспекти для кожного з них. Ці аспекти й утворюють модальність об'єктів. Модальність розглядається як набуття певних додаткових змінних характеристик. У межах аналізу першого різновиду об'єктів використовують технологічну модальність. Вона визначає візуальну технологію як будь-яку форму механізму, спроектовану для того, щоб дати змогу дивитися або підсилювати натуральне зображення (від малювання маслом до телебачення та Інтернету). Композиційна модальність пов'язана безпосередньо з зображуваним об'єктом (тобто, з об'єктами другої групи), при цьому до уваги беруть те, що зображення створено завдяки наявним формальним стратегіям (змісту, кольору), які спеціально поєднуються у цілісність, і саме на це звертають увагу в критичному аналізі баченого. Дещо інших рис набуває об'єкт, який виноситься на загальний огляд, тобто об'єкт, що його безпосередньо спостерігають глядачі. У даному випадку особливої ваги набуває соціальна модальність. «Вона належить до простору економічних, соціальних, політичних відносин, інститутів і практикує те, що оточує зображення і через що його бачать і використовують» (Rose, 2001: 10).

При цілісному аналізі баченого, зображення, варто, на думку Роуз, вдаватися до врахування всіх трьох модальностей.

Доцільність вибору того чи іншого методу

Дж. Роуз зазначає, що перед тим, як вибрати метод і розпочати аналіз, слід набути контекстуальних знань про образність (imagety), яка становить ваш інтерес. Слід звернути увагу як на сам історико-соціальний контекст виготовлення зображення, так і на різноманітність шляхів розуміння візуальної образності. (Rose, 2001: 4–16).

Отже, критичне ставлення до візуальної методології має формуватися на основі розуміння того, що візуальна образність ніколи не наївна, вона завжди конструюється через різноманітні практики, технології та знання. Тому при аналізі має бути наявний критичний підхід до візуальних зображень, який враховує і соціальне сприйняття зображення; і ефекти, як самого зображення, так і ті, що можуть з'явитися в аудиторії після його сприйняття; створення зображення; його зміст; розміщення, контекст. Кожен компонент має значення у ланцюгу демонстрації, розміщення та інтерналізації зображення.

Образ як базовий елемент візуального сприйняття

Образ є поняттям із галузі психології та філософії. Природу образу і загальні закони відтворення дійсності в образах вивчає філософія в межах теорії відображення, згідно з якою образ є відображенням реального об'єкта у формах психічної діяльності суб'єкта на ґрунті певних нейрофізіологічних процесів. Дослідженням образів у межах аналізу фотографії займалися С. Зонтаг, П. Штомпка. Класичним вже можна вважати підхід Волтера Ліпмана до аналізу образів та їх сприйняття у процесі формування громадської думки. Саме він вводить поняття «стереотип». Ж. Бодрійяр, розглядаючи сучасні тенденції у культурі, звертається до образів у формі «симулякрів». Але теоретичний аналіз образу доволі мало вивчений у соціології, як і в науковому дискурсі в цілому. Образ не може розглядатися окремо від суб'єкта дії, від контексту, тому варто звернутися до конкретних сфер, у межах яких він формується.

Артур Бергер пропонує розглядати образ як комбінацію знаків і символів, котрі можна побачити на фотознімках, у кіно, рекламі і т. д. Він зазначає, що "образи переважно візуальні, найчастіше вони передаються за допомоги мас-медіа і пов'язані з інформацією, цінностями, вірою, установками і ідеалами людей... Образ – це набір символів, кожен з яких має особливе значення, у деяких образах існує багато рівней значень і взаємодій між ними" (*Бергер, 2005: 69*). Таким чином, образ є вторинним, похідним від об'єкта, й ідеальним що до нього. Суб'єктивний за формою, образ здатен нести у собі об'єктивний зміст (інформацію), тією чи іншою мірою відповідати оригіналу. У певному сенсі, образ виступає аналогом об'єкта, його ідеальним «відбитком», «копією». Лише завдяки такій адекватності об'єктові образ може бути об'єктивно істинним, а відображення може бути пізнавальним. Якщо образ розглядати як певну комбінацію символів і знаків, то за основу варто було б взяти підхід аме-

риканського філософа Ч. С. Пірса, який розрізняє три типи знаків: зображення, вказівники і символи. Зображення – це знак, що точно зображує об'єкт або ж має з ним досить близьку схожість; це означає, що їх досить легко інтерпретувати (наприклад, фото). Вказівники логічно пов'язані з об'єктом, на який вони вказують (дим вказує на вогонь). З іншого боку, значення символів має досить умовний характер. Символ і його значення не пов'язані логічно. Значення символу слід осягнути. Така класифікація не є вичерпною, але вона дає змогу орієнтуватися у світі образів, де образ може утворювати чудернацьке поєднання зображення і символу, яке дослідник має інтерпретувати.

В. Ліпман у 30-х роках минулого століття писав: «Образ конструює, артикулює наше сприйняття світу. Візуальна вразливість замінює, і якщо не цілковито, то хоча б доповнює текстову чутливість. Масовість образів у нашому оточенні діє так, що ми дивимося на світ через примат стереотипів, створених за допомоги образів. У крайньому разі, образ замінює реальність, видаючись нам більш реальним, ніж той світ, який він являє» (Ліпман, 2004: 13). У всякому разі, люди часто реагують на фікції настільки ж сильно як і на дійсні події (Ліпман, 2004: 37). Засилля образів, їх насичена різноманітність і виразність розгортає дослідницький горизонт для науковця у напрямку певного упорядкування чи класифікації образів.

П. Штомпка пропонує відповідну **типологізацію образів**. Першим вагомим критерієм може бути *техніка створення образу*. Тут варто виділити такі різновиди образів: живопис чи графіка, різьба, кінообраз, фотографія класична чи цифрова, сценографія і спектакль. Досить істотним є той факт, що всі ці техніки, уможливають, хоча різною мірою, багаторазову репродукцію.

Другим критерієм для типологізації може стати *локалізація образу*, місце його презентації. Найчастіше ним є найбільш доступний медіальний простір: телебачення, газета, Інтернет. Часто це може бути публічний простір: вулиці міста, сквери, автомагістраль.

Третім вагомим критерієм можуть бути *функції, які образ реалізує*. Багато образів реалізують артистично-експресійну та естетичну функції. Інші – інформаційну, чи документальну, ще інші – комерційну чи пропагандистську (Sztoplka, 2005). Ці функції не є взаємовиключними й можуть утворювати різноманітні комбінації.

Ця класифікація видається досить умовною, адже вона не розмежовує, а радше створює релятивну модель, де той самий образ можна розглядати у трьох зазначених площинах. Проте образи у нашій свідомості

не існують незалежно один від одного. Вони поєднуються у ланцюги, які можна назвати асоціативними: поява одного образу автоматично відтворює у нашій пам'яті інший образ, що перебуває у нерозривній зв'язці. Як зазначав А. Бергсон: «Образи минулого зберігаються тільки для того, щоб бути використаними, вони безперервно доповнюють досвід теперішнього, збагачуючи його уже набутим досвідом; і так як цей досвід не перестає збільшуватися, зрештою він перекидає і насичує собою досвід теперішнього» (Бергсон, 1992: 198).

Образ як щось змінне, швидкоплинне і одночасно дієве, позбавляє нас «байдужості», спонукає до певної реакції. Але разом з тим ми маємо навчитися також розрізняти образи у відповідності до того, як часто і з якою швидкістю відбувається зміна візуального візерунку перед нашими очима та у нашій свідомості. Фактично ми маємо справу з образом, який іманентно притаманий речі, і тим образом, що дістає відображення у мозку. Йдеться про річ і перцепція речі, тобто образ речі, який невіддільний від неї самої, і образ речі, який вона набуває у свідомості під час її осмислення. «...Речі і перцепції речей являють собою *схоплення*; однак речі є схопленнями тотальними і об'єктивними, а перцепції речей – частковими і приватними, суб'єктивними» (Делез, 2004: 115). Коли йдеться про глядача, який сприймає образ, то ми маємо справу з перцепцією речей, де частковість і суб'єктивність стають певними частковими еквівалентами речі, створюють саме той образ, який і є кінцевим, образ, що інтерналізується глядачем і стає його формотворчим рушієм. Під час мислення, ми маємо справу з образом, перцепцією (якщо вживати термінологію Ж. Дельоза), який формується у свідомості суб'єкта і набуває відповідно різних відтінків, дещо спрощується у напрямку наявних потреб, інтересів, досвіду.

Образи можуть розрізнятися за певними критеріями: за способом творення, за розміщенням, функціонально (П. Штомпка). Образи здатні симулювати реальність, тобто замінювати об'єктивну реальність на віртуальну, перетворюючись у «симулякри» (Ж. Бодрійяр), чи у «фікції», «стереотипи» (В. Ліпман). «Образи – руху» (Ж. Дельоз) відмінні від решти образів. Отже, в межах аналізу візуальних образів слід враховувати їхню генезу, функціональність, розміщення, зв'язок з минулим, теперішнім і майбутнім, автентичність їх соціальної реальності, статичний чи динамічний характер. Візуальний образ фіксується за допомогою відповідних технічних засобів і створює групу методів, що мають свою специфіку та особливості і становлять групу візуальних методів.

Використання візуальних методів у соціологічних дослідженнях

Візуальні методи найчастіше використовувалися антропологами і лише поступово стали дослідницьким інструментом соціологів. Якщо говорити про початок використання візуальних методів у соціології, то вони групувалися навколо використання фотографії та кінематографа як способів фіксації соціальної реальності з подальшою її інтерпретацією.

Одними з перших використовувати *фотографію* для ілюстрації досліджень стали дослідники Чикагської школи у 10–30-х роках минулого століття. Говард Бекер ілюструє два способи використання образу: він визначає дедалі більшу роль фотографії (Becker, 1986), а також здійснює аналіз мистецьких робіт (Becker, 1982). У 1987 році польський соціолог Альфред Лігоцький ставить запитання: «Чи існує соціологічна фотографія?» Автор звертався до фотографічного образу, прагнучи хронологічно зафіксувати той часовий проміжок, який можна назвати «початком координат» появи соціологічного інтересу до фотографії. Якщо ж звернутися до останніх досліджень у даному напрямку, то важливою є праця П. Штомпки «Візуальна соціологія. Фотографія як метод дослідження» (Sztompka, 2005). У межах реалістичної позиції фотографія розглядається як доповнення до цілого комплексу розробленого раніше арсеналу методів і дослідницьких технік, як додатковий допоміжний засіб пізнання суспільства. Разом з тим соціологи все частіше усвідомлюють, що фотографія може служити глибшій пізнавальній меті, не тільки як спосіб запису даних чи метод ілюстрації текстів, але як засіб досягнення нового знання або прийняття критичної перспективи.

Після перших досліджень *кіно* на початку ХХ століття його соціологічне вивчення активізувалося у 1920-ті роки, коли кіно почало заявляти про себе як про вид мистецтва, що здатен не лише зайняти місце поряд з літературою, живописом і музикою, але і значною мірою впливати на їхній розвиток. Дослідники 1920–1930-х років намагалися виявити потреби глядача, які виявляються у його ставленні до фільму, окреслити функції кінематографа у суспільстві. Предметне поле соціології кіно розширилося за рахунок таких тем як: «кіно і діти», «кіно і місто», «кіно і робітнича аудиторія». Проте, аж до 1960-х років наука про кіно переважно розвивалася у межах естетики та мистецтвознавства. У 60-ті починається ренесанс соціології кіно у Радянському Союзі. Кінематографічне життя суспільства ускладнилося, посилилася його системна цілісність і взаємодія із соціокультурним контекстом. Соціальні аспекти кінематографічного процесу набули виняткової практичної значимості,

з чим і пов'язана поява інтересу до соціології кіно. Визначаючи предмет досліджень, дослідники того часу спрямували свої зусилля на розробку проблеми «кінематограф і глядач». С. Іосіфян, вивчаючи молодіжну аудиторію, звернув увагу на те, що молодь сприймає фільм на основі отождолення себе з героєм, що дає підстави розглядати кіно в контексті його впливу на формування відповідних установок, ціннісних орієнтацій глядачів.

Перші спроби досліджувати кіно під кутом зору його змісту відносяться до середини 30-х років ХХ століття. Це дослідження Е. Дейла та Д. Джоунс, у якому було встановлено, що персонажі продукції Голівуду того часу (їх у масиві було 188) – це переважно добре забезпечені американці, із середніх верств населення, з повагою до себе і надіями на стабільність і прибуток. Істотним є те, що троє із кожних п'яти героїв досягали того, про що вони мріяли. Таким чином, відомий «хепі-енд» американського кіно мав кількісне втілення. Досить ґрунтовне дослідження, з огляду на його зв'язки із соціопсихологічним тлом аудиторії на великому фактичному матеріалі пропонує праця Н. Лейтеса та М. Вулфенстайн «Кіно», присвячена європейським та американським фільмам 1945–1949 років. На підставі аналізу героїв цих фільмів, їхніх життєвих устремлінь, взаємин з різними партнерами й подальшої інтерпретації результатів у термінах мови символів З. Фрейда дослідники дійшли висновків, що у кінематографі різних країн дещо по-різному висвітлена траєкторія розгортання патернів людської поведінки. Так, в англійському кінематографі фільми базуються на конфлікті між забороненими, придушеними бажаннями людей і їхньою свідомістю. У французьких фільмах конфліктні ситуації виникають із суперечності людських бажань і життя, яке невблаганно вгасає, зумовлюючи песимізм героїв французького кіно. В американських фільмах конфлікт закладений не у природі людини, тому герої тут, як правило, активні й досягають успіху (Федотова, 2001: 81–82).

Не менш важливою є праця теоретика й історика кіно соціології Зигфріда Кракауера з аналізу кінематографа у догітлерівській Німеччині. Автор поставив перед собою завдання на підставі аналізу змісту фільмів початку ХХ століття з'ясувати таке: «За доступною для огляду історією економічного розвитку, соціальних нестатків і політичних махінацій вирує невидима історія психологічного життя німецького народу. Оголення її за допомоги німецького кінематографу допоможе зрозуміти, чому Гітлер йшов до влади і чому він її захопив» (Федотова, 2003: 276). Кракауер виявляє, як від фільму до фільму в німецькій кіне-

матогографії міцніє оспівування мілітаризму й авторитарного духу, відбувається спекуляція на патріотичних мотивах, війна інтерпретується як спосіб очищення громадського життя. Матеріали фільмів дають змогу дослідникові виявити у них суміш цинізму і мелодраматичної чутливості, пристрасть до руйнування і неймовірний садизм. Методика структурного аналізу була розроблена Кракауером застосовно до вивчення трьох документальних фашистських фільмів, і висновки цього аналізу підтверджувалися не тільки спостереженням дослідника за ідейною сутністю змісту, але і його інтерпретацією драматичної структури та образотворчого рішення фільму, а також величезним фактологічним матеріалом (*Федотова*, 2003: 276).

Значимою сторінкою аналізу кіно у вітчизняній соціології стала праця В. Оссовського і Н. Костенко «Цінності професійної діяльності (досвід соціологічного дослідження кіно)» (1986), у якій проведено аналіз методів дослідження текстів кіно, а також здійснено соціологічний аналіз професійної спрямованості кінематографічних текстів, виокремлено ряд характеристик професійної ідеології та її репрезентацій в образах представників професійних середовищ у радянських фільмах початку 1980-х років. Шляхом контент-аналізу аудіовізуальної інформації було встановлено, що кіно сприяє радше консервації, закріпленню стереотипних оцінок престижу професій та образів їхніх представників, ніж формуванню нового бачення професійної сфери, відстає від змін суспільної думки на цей предмет (*Костенко, Оссовський*, 1986). Дослідники вказували також на ряд загальних методологічних особливостей, що залишаються актуальними у дослідженнях, пов'язаних із кінематографом: «Своєрідність кінотексту полягає у передачі інформації через посередництво різних поєднань двох видів знаків – іконічних і умовних. Різноманітність їх комбінацій породжує значно більшу, ніж у вербальних текстах, ймовірність багатозначності їх інтерпретації. Тому аналіз кінотекстів обов'язково передбачає виявлення специфіки семантичних і синтаксичних зв'язків і відношень знаків кіно, однак тією мірою, якою це необхідно для виконання поставлених завдань» (*Костенко, Оссовський*, 1986: 46).

Фотографія та кіно виступали й виступають у ролі основних документів, що представлені у візуальній формі й використовувалися дослідниками для більш поглибленого аналізу суспільних відносин і взаємозв'язків. Розвиток *телебачення* відкрив новий виток щодо можливостей візуальних методів. Телебачення набрало особливо значимої позиції як засіб масової комунікації і одночасно як метод, що вможливує фіксу-

вання різноманіття усталених візуальних практик. Артур Бергер зазначає, що «найбільш цікавими у дослідженні основ візуальної комунікації є три телевізійні жанри: реклама, програма новин і музичні відеокліпи» (Бергер, 2005: 155). Російські дослідники В. Коробіцин та О. Юдіна зробили спробу у ретроспективі осмислити і описати вивчення соціологами проблем телебачення та реклами. На основі конкретних соціологічних досліджень, проведених авторами та їхніми колегами, у праці показано процеси зміни телевізійного простору, починаючи з кінця 80-х років минулого століття. (Коробіцин, Юдіна, 2006).

Візуальні методи у соціологічних дослідженнях не становлять окрему групу методів. За допомоги фотографії, кіно, телебачення, як було показано вище, виконувалися різноманітні дослідницькі завдання, але самі методи розглядалися як невіддільна частина методів аналізу документів чи контент-аналізу, де фотографія, кіно чи телевізійний масив виступали, передусім, як документи спостереження. «Вживання терміна документ у соціології відрізняється від його використання у діловодстві і архівознавстві... Основи для класифікації документів різні. Вони диференційовані перш за все за способом фіксування інформації – письмові (рукописні, друковані, машинописні), іконографічні (кіно-, теле-, фото-, відео-документи, твори мистецтва), фонетичні (платівки, магнітофонні записи) і відповідно до способу сприйняття інформації (візуальні, аудіо-візуальні, аудіальні)» (Костенко, 1990: 204). У випадку, коли мова йде про візуальність, ми розглядаємо саме іконографічні документи, де інформація фіксується за допомоги візуальних образів. Методи, фіксація інформації у яких здійснюється за допомоги візуальних образів, утворюють групу візуальних методів.

Візуальні методи та їх класифікація

Становлення візуальних методів – тривалий процес. Здатність людини до зорового сприйняття становить передумову для появи і функціонування візуальних методів. Якщо підходити досить узагальнено, то саме візуальне сприйняття лежить у основі спостереження. Адже спостереження як загальнонауковий метод емпіричного дослідження базується на використанні баченого, того, що ми можемо осягнути за допомоги зору, тобто спостерігати – означає уважно стежити очима за чимось чи кимось. Коли ми розглядаємо візуальні методи, то йдеться про бачення баченого. Звучить це досить релятивно, але саме бачення того, що вже кимось або навіть самим дослідником було зафіксовано і становить онтологічний аспект візуальних методів. У випадку візуальних ме-

тодів ми маємо справу з «опосередкованим баченням». Тобто мовиться про те, що вже зафіксовано у певній формі (такою формою може виступати фотографія, кінофільм, той чи інший фрагмент телевізійного масиву, твори мистецтва, візуальний матеріал з Інтернету та ін.). Це фактично візуальний документ, який дає змогу певної ретроспективи реальності. Щось, що я можу побачити, повторно звернутися до баченого мною чи іншим. Візуальні методи допомагають перенести досвід далекого чи близького минулого у теперішнє і повторити, «зупинити мить». У такому разі ми ведемо мову про те, що візуальні методи як правило опосередковані річчю, візуальною практикою, що має місце у культурі. Якщо спробувати виразити їхню сутність, то *візуальні методи це – засоби, що представлені документально у вигляді зображень, які формують візуальні образи і мають різне функціональне призначення*. Причому, візуальні методи можуть бути по-різному класифіковані.

Одним із перших візуальних методів дослідження можна вважати малюнок, який у подальшому поступово був доповнений, а в деяких практиках і цілком поступився місцем фотографії. З часом фотографія «передала естафету» кінематографу, який набув подальшого поширення і якісно нових характеристик з появою телебачення. Новим витком є поява світової павутини – Інтернету, яка дає змогу збільшувати і масштабно поширювати всі вищезазначені практики.

Проте слід відрізнити методи передання образів, з одного боку (преса, радіо, телебачення, кінематограф і фотографія), і жанри, або види творів, що ними передаються – з іншого. Таке розрізнення важливо брати до уваги під час проведення соціологічних досліджень.

Телебачення, наприклад, – це інформаційний засіб, що передає інформацію у *різноманітних жанрах, таких як: серіал, випуски новин, спортивні, розважальні і інші програми*.

Так само маємо і різноманітні жанри фотографії. Серед основних можна виокремити такі: *художня фотографія, любительська, фотопортрет, фотожурналістика, документальна фотографія, рекламна і комерційна*.

Кінематограф також представляє різноманітну жанрову палітру. Серед жанрів художнього кіно варто назвати: *мело-драми, комедії, вестерни, науково-фантастичні фільми, пригодницьке кіно, фільми жахів*, хоча такий розподіл досить умовний. Не дивлячись на всю привабливість художнього кіно, не менш важливим є документальне кіно, оскільки воно «засноване на зйомках справжніх життєвих фактів, подій і явищ. Можна сказати, що сама історія кіномистецтва розпочалася з до-

кументального кіно, оскільки перші фільми братів Люм'єр представляли собою не що інше як хронікальний репортаж прибуття поїзда, виходу робітників з фабрики тощо» (*Документальное кино*, 1989: 78). Кіно як візуальний метод відкриває значні перспективи і *водночас* потребує знання «мови кіно», тобто використання даного методу передбачає набуття вміння «прочитання» кіно.

Кінообраз сприймається цілісно лише тоді, коли він побачений на екрані. Інформація, що її транслює кіно, складається із значень, буквальні значення яких не відповідають смислу, який знову виник у кіно-тексті. Крім того, деякі емпіричні референти заданих одиниць аналізу можуть бути лише зображені, представлені іконічними знаками, але не описані словесно (наприклад, зовнішній вигляд героя, природне і штучне середовище, у якому він перебуває, тощо).

Відповідно до того, наскільки візуальний образ, що лежить у основі візуальних методів є рухливим, ми можемо виокремити статичні та динамічні візуальні методи, де стосунок до руху і виступатиме критерієм поділу. Статичність і динамічність зображення – це власне спрощення і ускладнення дослідницьких процедур одночасно. З одного боку, в разі статичності, ми позбавлені виявлення певних «мініатюрних» тонкощів, з іншого боку, ми отримуємо не до кінця конгруентну реальності інформацію. Але одночасно нам інколи потрібен саме окремий момент, а не вся цілісність, у такому разі нам достатньо зафіксованої статичної інформації.

Рухливість чи статичність візуального образу важливо брати до уваги. Як зазначає Ж. Дельоз, «образ у русі має піддаватися цілком іншому аналізу. Рух завжди передбачає зміни, міграцію, черговість варіювання» (*Делєз*, 2004: 48). Тому ми можемо виокремити серед візуальних методів: статичні та динамічні (або рухливі) візуальні методи.

Чітко розмежувати деякі візуальні методи досить складно, та й не завжди необхідно. Наприклад, якщо взяти вже згаданий жанр фотографії, яким є реклама, то безперечно ми маємо справу і з рекламою щитовою, і з пресовою, яка розглядатиметься нами як статичний візуальний метод, але ми можемо мати справу й з телевізійною рекламою, яка вже представлятиме рухливий візуальний образ і *відтак* може бути віднесена до динамічних візуальних методів.

Існує різниця у сприйнятті і відповідно у переданні інформації, що має місце у разі використання статичних візуальних образів або, навпаки, динамічних візуальних образів. Статичні і динамічні візуальні образи мають спільну і відмінну площину, і дослідник має зважати на це при

побудові інструментарію. Розглядаючи кіно як один із методів дослідження варто зазначити, що основною складовою кінофільму є кадр, тобто окреме зображення. Наявність окремих кадрів дає можливість детально вивчити кінострічки, спиняючись на тих чи інших деталях і аналізуючи їхнє значення. У кадрах міститься величезна кількість матеріалу – фактично вони аналогічні фотознімкам, але все ж таки відрізняються тим, що лише у сумі можуть утворювати довершений епізод і мати завершену смислову картинку, а фотознімок як правило містить вже закладений смисл. Для того, щоб зрозуміти епізод, інколи не вистачає одного кадру, й oprіч того смисл його з огляду на рух героїв може ніби перебувати за кадром і відкриватися лише через русі.

Провести чітку межу між статикою і динамікою візуальних образів досить складно, але саме поняття рухливого образу дає змогу нам це зробити. До статичних візуальних методів можуть бути віднесені методи, створені за допомоги фотографії, твори образотворчого мистецтва або малюнки, виконані звичайною людиною. До динамічних візуальних образів ми, *передусім*, віднесемо образи, особливістю яких є рух. Саме це відрізняє їх від статичних образів, створених за допомоги картини художника чи фотографа. Одним із перших динамічних візуальних методів може розглядатися кінематограф. Проте розвиток науки й техніки розширив горизонт. Нині ми маємо: телебачення, Інтернет, різноманітні візуальні ігри, що становлять масив динамічних візуальних методів.

Наступним критерієм для класифікації є спосіб застосування даних методів. Під таким кутом зору візуальні методи можуть розглядатися: як допоміжні (до вже наявних методів збирання та аналізу інформації), так і цілком автономні.

П. Штомпка зазначає, що коли ведемо мову про фотографію у сенсі виконання знімків, це є доповнення чи збагачення насамперед методу *спостереження*. Він класифікує типи спостережень з використанням фотографії за чотирма критеріями. По-перше, з погляду на локалізацію спостерігача (фотографа) у досліджуваній спільноті (можемо мати справу із включеним спостереженням, використовуючи перспективу її учасника, тобто інсайдера, або спостереження зовнішнє, що проводиться з перспективи члена іншої спільноти, тобто аутсайдера). По-друге, це видимість спостерігача (фотографа). Він може проводити спостереження укриті, закамуйльоване, під виглядом інших процедур, може проводити спостереження явне, нав'язуючи контакт із спостережуваними, пояснюючи їм свою дослідницьку роль і мету друкування знімків. Наступний критерій, який вирізняє тип спостереження, – це характер ситуації чи

події. Найчастіше спостерігаємо у ситуації природній, але інколи можемо штучно створювати і режисерувати. Четвертий критерій визначає відмінність типів спостереження (фотографування). Спостереження може бути спонтанічне, відкрите, не структуроване або, навпаки, селективне, сфокусоване, спрямоване виразними дослідницькими запитаннями (Sztompka, 2005: 50– 54). Але наше око надзвичайно швидко змінює палітру образів, тому використання фотографії уможливорює утримання, схоплення миті, щоби піддати її детальнішому аналізу.

Метод *контент-аналізу візуальних практик* у соціологічних дослідженнях застосовується як автономно, так і в поєднанні з іншими методами. Причому, фотографія, кінострічка, запис телевізійної програми, все те, що є або може бути подане як документ, стає джерелом для здійснення аналізу змісту. Такому аналізу добре піддається серія знімків тих самих об'єктів чи ситуацій, котрі дають змогу здійснити точне схоплення різниць, узагальнення тенденцій, і навіть часових тенденцій у відповідності до поставленої проблеми чи дослідницького запитання. Так само у доповненні, чи цілком самостійно може використовуватися метод *аналізу особистих документів* із застосуванням фотографій. Наприклад, аналіз вітальних листівок у той чи інший історичний проміжок часу. Під час аналізу родинних фотографій слід пам'ятати, що важливим є входження у ширший контекст спонтанного фотографування і функцій, які виконує фотографія для життя родини. Важливими аспектами родинних фото є також типовий фон і конвенції стилістичні, роль того, хто фотографує, хто з родини виконує і ініціює знімки: батько, мати, діти, родичі; селекція знімків і їх впорядкування (хронологічне, тематичне, спонтанне); де знімки виставлені для огляду (у кабінеті, на робочому місці, в салоні, у спальні, у вітальні чи, навпаки, лише в родинному альбомі). Як і у випадку аналізу будь-яких особистих документів, у разі вивчення родинних знімків одного тільки аналізу їхнього змісту замало, – слід брати до уваги їхню генезу, обставини, контекст, у якому з'явилися, а також функції, які вони відіграють у житті родини.

Фотографію використовують як додатковий метод у межах різноманітних видів опитування. Опитування з інтерпретацією фотографії є одним із різновидів. Цей метод ще називають провокаційним опитуванням чи методом фотографічної симуляції. Технологія застосування даного методу полягає ось у чому: респондентам показують знімки і фіксують ті спонтанні реакції, які з'являються під час їх демонстрації. Фотографії здійснюють роль, аналогічну запитанням у звичайному опитуванні. Фотознімки можуть мати як загальний, так і більш концентрова-

ний характер. У першому випадку, вони можуть фіксувати якусь типову ситуацію з повсякденного життя, багату на різноманітні елементи. Дослідника цікавитиме та послідовність виборів, яку здійснить респондент, що він зафіксує одразу, що потім, з чим це буде у нього пов'язане. У (другому) іншому випадку, знімки представляють конкретну ситуацію. (У цьому випадку) Тоді дослідника цікавитиме ставлення респондента до того, що зображено на фото, наприклад, жебракування на вулиці чи бійка молодих людей. (У цьому випадку) Відтак важливим є отримання думки досліджуваного з теми схвалення, протесту, незадоволення, роздратування, страху тощо. Досить цікавою формою фотографічного опитування є представлення респондентам цілеспрямовано виконаних знімків їхнього найближчого середовища на роботі, дома, на відпочинку. Досить часто саме такий метод використовують режисери у своїх кінострічках, коли у одного з героїв з'являється фотографічний матеріал для шантажування іншого. Але цей фрагмент радше нам говорить про саму технологію, дослідника ж цікавлять інші моменти. Використання в опитуванні серії знімків, що представляють суспільне середовище досліджуваного, його коло знайомих, сусідів і т. ін., може викликати цікаві аналогії, допомогти респондентові щось пригадати, що допоможе виявити факт, який міг би залишитися прихованим або неусвідомленим у разі звичайного опитування, адже коли ми розглядаємо знімки, ми здатні концентрувати свою увагу й тому пригадувати те, чого у звичайній ситуації просто б не помітили. Важливо розуміти, що фотографічне опитування як і сам метод із використанням фотографії може мати як самодостатній так і допоміжний характер. П. Штомпка зазначає, що коли ми «тракуємо його як окремий дослідницький метод, схема його використання включатиме п'ять головних фаз: (а) формулювання дослідницької проблеми, (б) підбір знімків, стосовно яких робимо припущення, що вони викликають певні асоціації; (в) формулювання вступних, допоміжних або уточнювальних запитань, а в крайньому разі цілого інструментарію; (г) проведення опитування з використанням фотографії і його реєстрація; (д) інтерпретація і формулювання висновків у звіті щодо досліджуваної проблеми» (Sztompka, 2005: 68). Якщо фотографічне опитування застосовується як допоміжний метод, то може використовуватися у фазі проведення пілотажу, як джерело евристичних інспірацій і для здійснення контролю, тобто чи не втрачено якихось характеристик, важливих для самого дослідника.

Застосування візуальних методів, зокрема фотографій, малюнків, уривків кінофільмів, може здійснюватися і в разі проведення сфокусова-

них групових інтерв'ю. Одна з перших праць щодо сфокусованих групових опитувань, яка вийшла 1956 року, «Фокусоване опитування. Проблеми і методи» (Р. Мертон, М. Фріске і П. Кендалл) була написана як осмислення проведеного її авторами конкретного соціологічного дослідження, де предметом дослідження виступало сприйняття фільмів антифашистської спрямованості. «Влаштувався колективний перегляд фільмів. Причому крісло кожного глядача було облаштовано двома кнопками, натиск однієї з яких означав “подобається”, а іншої “не подобається”. Потім за фрагментами фільму, як відзначених, так і не відзначених глядачами, здійснювалися детальні інтерв'ю – індивідуальні і групові. Центральною дослідницькою проблемою було вивчення емоційних реакцій, що їх викликають окремі кадри або елементи фільму» (Белановський, 2001: 94).

Прикладом застосування фотографій у глибинних опитуваннях може бути завдання, що спрямоване на сортування фотографій, як звичайних, так і вирізаних із журналів чи газет, залежно від проблематики дослідження. Фотографії можуть бути різноманітного змісту: зображення дій, жінок, чоловіків, дітей. Модератор просить відсортувати знімки у відповідності до певної характеристики. Наприклад: «Перегляньте фотознімки і виберіть із них ті, де зображені молоді люди, які могли б брати участь у роботі громадських організацій». Після цього модератор просить учасників пояснити, які саме характеристики людей змусили їх помістити зображення у ту чи іншу категорію. Образи допомагають нам зрозуміти досліджуване питання у новому аспекті, що вряд чи було б можливе за допомоги слів.

Використання малюнків, як частина проєктивних методів, також досить ефективно застосовується під час сфокусованих групових інтерв'ю. Крім вже заготовлених малюнків чи картинок, які потрібно чимось доповнити, інколи учасникам дають чистий папір, олівці і пропонують намалювати картину, яка дала б змогу визначити манеру поведінки або позицію. Після того як учасник намалював картину, його просять підняти її, показати іншим людям і описати. (Після того, як всі продемонстрували) По завершенні демонстрації всіх робіт, модератор просить членів групи пояснити: що вони побачили у різних малюнках? що між ними спільного? чим вони відрізняються? Такі вправи не тільки дають змогу отримати відповідь на запитання, передбачені дослідженням, а інколи можуть просто сприяти зав'язуванню дискусії. Картинка слугує ключем, що допомагає учасникам розкрити власні думки і пояснити, як вони бачать дану концепцію чи ідею.

Опитування з використанням малюнків, фотографій, фільмів, сторінок Інтернет має *низку* позитивних моментів. *Передусім*, легкість отримання реакції з боку досліджуваних, включення образного мислення, яке доповнює і допомагає розширити горизонт сприйняття. У випадку сфокусованих групових інтерв'ю, ситуація спільного огляду і коментарі до знімків є для досліджуваних натуральнішими, ніж надання відповідей інтерв'юеру на переважно вербальні запитання. В разі використання візуальних методів по-іншому формується і взаємодія між дослідником та досліджуваними. Ситуація стає більш партнерською, близькою, подекуди виникає сміх, що знімає напругу й створює сприятливу атмосферу.

Але попри те, що візуальні методи можуть бути статичними і динамічними, супроводжувати ту чи іншу методика або виступати як самостійні дослідницькі інструменти, варто звернути увагу і на їхнє місце у дослідницькому процесі. Нас має цікавити те, на якому етапі дослідження їх будуть застосовувати: початковому; основному (де вони утворюють головну базу накопичення матеріалу); кінцевому (де їх використовують для закріплення вже наявної інформації або для виразнішої демонстрації результатів). Відповідної до їхнього місця у дослідженні ми маємо змогу розглядати *візуальні методи, що використовуються для збирання та аналізу соціологічної інформації*, а також для *презентації вже наявних результатів*.

Використання візуальних методів допомагає включити не задіяні раніше резерви мозку і душі, оскільки для деяких людей взагалі не існує однозначних і раціональних відповідей, але вони здатні презентувати свої судження у дивовижних образах чи метафорах. Саме у цьому візуальні методи можуть бути найкориснішими. Але варто враховувати й ті труднощі, з якими ми стикаємося в разі їх застосування. Візуальні методи – це методи, в яких лєвова частка відповідальності лежить на дослідникові, і суб'єктивний чинник є одним із порогів труднощів. Проте за будь-якого підходу універсальними вимогами є виваженість і компетентність дослідника, здатність бачити переваги і не випускати зі свого поля зору ті труднощі і перешкоди, що можуть виникнути на його шляху.

Методики аналізу візуальних образів (на прикладі фотографії)

«Прийшовши на зміну друкованим текстам і пропонуючи для сприйняття образи, фотографія перетворила весь світ у психічний об'єкт – фотографічні образи, які тепер забезпечують людям більшу частину знань

про те, яким видавалося минуле, і про багатство теперішньої доби. Якщо порівнювати фотографію з текстом, то все, що написано про якусь особу або подію, – це, власне, інтерпретація, подібна до зроблених рукою візуальних свідчень, а саме: картин і малюнків. А фотографічні зображення – це не так свідчення про світ, як його складові частини, мініатюри реальності, які кожен може створити чи придбати» (*Зонтаг*, 2002: 12).

Для того, щоб відібрати зображення для здійснення контент-аналізу ми можемо скористатися кількома способами. Для підбору показового зображення не потрібно оглядати кожну картинку. Майже завжди змістовий аналіз спирається на процедуру підбору через те, що він пов'язаний з роботою з великими базами даних. Отже зображення має бути як показовим, так і достатньо істотним. Існує декілька методів відбору зображень:

1. Випадковий: пронумеруйте кожне зображення від «1» і далі, а потім виберіть навмання один номер зображення для аналізу.
2. Стратифікаційний: підберіть зображення з уже наявних у базі даних підгруп.
3. Систематичний: виберіть кожну третю, десятю і т. д., картинку.
4. Кластерний: виберіть групу навмання, а вже потім вибирайте зображення з цієї групи.

Зазначені методи становлять власне приклади вибірки. У разі застосування якісних методів коректніше говорити про вибір випадків для аналізу. Те, який метод ви оберете, залежатиме від вашої мети та завдань. Наприклад, якщо потрібно дослідити ряд телепередач для того, щоб з'ясувати, як часто людям з обмеженими можливостями приділяють увагу на телебаченні, то варто звернутися до кластерного відбору.

Інший крок – це здійснення аналізу.

П. Штомпка пропонує під час аналізу фотознімків завжди звертати увагу принаймні на три шари: (а) те, що знімають, тобто предмет; (б) суб'єктивізм і культурову орієнтацію того, хто фотографує, а також (в) суб'єктивні і культурові реакції осіб, яких фотографують, що виражені у той спосіб, у який з'являються на знімках. У випадку соціологічної фотографії, яка виконується з пізнавальною метою, шар (а) досить легко схопити. Можемо прийняти, що суб'єктивною інтенцією фотографа (шар (б)) є дослідження суспільства, ситуація є однозначно визначена як дослідницька, а його культурна орієнтація є похідною належності до наукового середовища, що в потоці дослідницьких дій домінує над його іншими лояльностями чи належностями. Шар (в), що означає реактивність осіб, яких піддають дослідженню, залежатиме від того, у

межах якої техніки чи соціологічного методу фотографія буде застосована (*Sztompka, 2005: 50*).

Щодо рухливих зображень, то однією з цікавих праць у цьому напрямі може стати розвідка Джеймса Монако «Як читати фільми?», яка дає змогу враховувати саме особливість «образів руху». Хоча дослідник звертається до термінів кінематографістів – мізансцени, монтажу і інших, і дещо меншу увагу звертає на соціальні практики, що представлені у зображеннях, їхній змістовий компонент, але він здійснює детальну характеристику технологічної процедури рухливого зображення. Д. Монако розглядає монтаж «як складені кадри», тобто, як вони представлені, і зазначає, що словник для опису різних технік монтажу є недостатньо розроблений. Він розділяє просторову організацію фільму – його мізансцену, і тимчасову організацію фільму, тобто монтаж. Монако вказує на вирішальну роль звуку для багатьох рухливих зображень, і вирізняє три типи звуків: навколишній, мовленнєвий і музичний. Найважливішим в разі аналізу рухливого зображення, на думку Д. Монако, є метод композиційної інтерпретації. Цей прийом розбиває зображення на компоненти, деякі з яких можуть розглядатися цілком окремо від інших. «Композиційна інтерпретація пропонує шляхи опису змісту, кольору, просторової організації, легкого й експресивного змісту нерухомого зображення та мізансцен, монтажу, звуку, розмовної структури динамічного зображення» (*Monaco, 2000: 27*). Цей метод вимагає уважного ставлення до зображення, але його недоліком є незацікавленість у соціальній практиці візуальної образності. За лаштункам залишається те, як різні глядачі сприймають той чи інший візуальний образ, тобто аудиторія не стає елементом аналізу, весь фокус концентрується на зображенні. Хоча даний підхід може застосовуватися як для статичних, так і динамічних образів, він має і низку обмежень. Методику аналізу динамічних зображень або кінотекстів з урахуванням саме соціологічної модальності викладено у праці вітчизняних дослідників В. Оссовського та Н. Костенко, де поетапно подано шляхи здійснення контент-аналізу кінотексту та операційну схему категорій контент-аналізу кінофільмів (*В. Оссовський, Н. Костенко: 1986: 126–129*).

При використанні візуальних методів і технік, слід орієнтуватися найменше на два основні дослідницькі моменти: 1) що ми у конкретному соціологічному дослідженні прагнемо досягнути, тобто на яке, чи на які запитання прагнемо дати відповідь, відштовхуючись від заявленої проблематики і мети; 2) наскільки є доцільним використання того чи іншого дослідницького методу.

Візуальні методи здатні викликати різні ефекти – як позитивні, наближаючи нас до поставленої мети, розкриваючи те, що інколи залишається непоміченим при застосуванні інших дослідницьких методів, так і негативні, адже одночасно вони містять і ряд *прихованих* ефектів. Тому рефлексивний і критичний підхід спроможний не просто збагатити наш дослідницький арсенал, а й допомогти отримати глибоке соціологічне знання.



Література

1. *Белановский С.* Глубокое интервью : Учебное пособие. – М.: Николло-Медиа, 2001.
2. *Бергер А.* Видеть значит верить. Введение в зрительную коммуникацию. – М.: Вильямс, 2005.
3. *Бергсон А.* Материя и память. – М.: Московский клуб, 1992.
4. *Бурдые П.* Практический смысл. – СПб.: Алетейя. 2001.
5. *Делез Ж.* Кино. – М.: Ad Marginem, 2004.
6. Документальное кино // Энциклопедический словарь юного зрителя. – М.: Педагогика, 1989.
7. *Зонтаг С.* Про фотографію. – К.: Основи, 2002.
8. *Коробицин В. І., Юдина О. М.* Социологические исследования ТВ и рекламы. – М.: РИП-холдинг, 2006.
9. *Костенко Н. В.* Документ // Социологический справочник. – К.: Политиздат Украины, 1990.
10. *Костенко Н. В., Оссовский В. Л.* Ценности профессиональной деятельности (опыт социологического исследования кино). – К.: Наукова думка, 1986.
11. *Литтман У.* Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
12. *Федотова Л. Н.* Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. – М.: Научный мир, 2001.
13. *Федотова Л. Н.* Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – СПб.: Питер, 2003.
14. *Becker H.* Doing Things Together. – Berkeley: University of California Press, 1986.
15. *Becker H.* Art Worlds. – Berkeley: University of California Press, 1982
16. *Ligocki A.* Czy istnieje fotografia socjologiczna? – Kraków: JU, 1987.
17. *Mirzoeff N.* An Introduction to Vizual Culture. – London: Routledge, 1999.
18. *Monaco J.* How to Read film: Movies, Media, Multimedia. – London: Oxford University Press, 2000.

19. *Rose G.* Visual Methodologies. An Interpretation to the Interpretation of Visual Materials. – London: Sage, 2001.
20. *Sztompka P.* Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza. – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2005.
21. *Sturken M., Cartwright L.* Practices of Looking. An Inroduction to Visual Culture, Oxford: Oxford Oxford University Press, 2001.
22. Visual sociology // *Словник соціології і наук соціальних.* – Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2004.

Словник термінів

Візуальна соціологія – це галузь соціологічної науки, предметом зацікавленості якої є дві базові речі. По-перше, вона використовує фотографію (а нині дедалі частіше відео і фільми) як дослідницькі знаряддя, що спрощують збирання даних. По-друге, використовує візуальні образи як дані самі у собі, зазвичай у рамках соціологічних досліджень культури, у яких досліджуються фільми і інші витвори культури, часто за використання семіотики (семіології).

Образ – це набір символів, кожен з яких має особливе значення.

Візуальні методи – це методи, що використовують дані, представлені у вигляді зображень, які формують візуальні образи і мають різне функціональне призначення.

Модальність – спосіб існування якогось об'єкта, перебіг якогось явища або спосіб розуміння судження про об'єкт, явище чи подію.

Фотографія – візуальний образ у формі позитивного відбитку, зафіксований за допомогою фотокамери і відображений на фоточутливій поверхні.

Кіно – мистецтво відтворення на екрані знятих на надчутливу плівку зображень, що створюють враження живої дійсності.

Жанр – історично утворений, стійкий різновид художньої творчості.

Контрольні запитання

1. Які процеси суттєво вплинули на збільшення візуальних образів у сфері культури?
1. Які основні напрями досліджень візуальної соціології?
2. Які Ви знаєте критерії для класифікації візуальних методів?
3. Як використовують фотографію при соціологічних дослідженнях?
4. Кого Ви знаєте з дослідників, які вивчали «образи» та їхню генезу?

5. З якими соціологічними методами візуальні методи можуть створювати ефективні дослідницькі комбінації для проведення соціологічних досліджень?



Теми рефератів

1. Візуальна культура українського суспільства через призму глобальних і локальних тенденцій.
2. Візуальні методи: між об'єктивізмом і суб'єктивізмом.
3. Сучасні візуальні практики та їхні особливості.
4. Інтернет як поле візуальних практик.
5. Функції фотографії у соціологічних дослідженнях.
6. Кінематограф як додатковий метод у соціологічних дослідженнях.

Лекція 6

ЯКІСНА ПАРАДИГМА В НІМЕЦЬКОМОВНИХ СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ

Основні дослідницькі орієнтації в німецькомовних якісних дослідженнях

З самого початку, обговорюючи зазначену тему, доцільно, мабуть, зробити кілька попередніх зауважень. По-перше, в німецькомовних соціальних науках, коли йдеться про якісні дослідження, мають на увазі зазвичай застосування «якісної парадигми» (Желева, 2006: 187). По-друге, німецькомовний простір охоплює не тільки власне німецькі соціальні науки, але й австрійські та швейцарські, що використовують німецьку мову. Це дає, до речі, змогу проводити час від часу об'єднані конгреси німецькомовних представників соціальних наук. По-третє, соціальні науки в цьому разі не зводяться, зрозуміло, тільки до соціології. Корпус цих наук складають багато інших соціогуманітарних дисциплін: педагогіка, соціальна психологія, соціокультурна антропологія, політологія, культурологія тощо. Водночас щодо реалізації принципів якісної парадигми соціологія посідає, безперечно, провідну позицію серед інших німецькомовних соціальних наук.

Загалом німецькомовні якісні дослідження в соціальних науках охоплюють широкий спектр орієнтацій дослідницької практики і конкретних методів збирання відповідної інформації та її аналізу. Це означає, що в межах якісної парадигми реалізуються багато теоретичних, методологічних і методичних підходів до соціальної дійсності (Kardorff, 1991: 3). З урахуванням того, що всі ці підходи спрямовані на інтерпретацію/пояснення/розуміння даної соціальної дійсності, їхнє головне призначення полягає в реконструкції *смислів*, які репрезентовані як у *мовних*, так і *немовних* символічних формах (Kardorff, 1991: 4). Отже, якісна парадигма реалізується в німецькомовних соціальних науках як *інтерпретативний напрям*, підпорядкований певним методологічним

вимогам. І щодо цього німецькі соціологи виокремлюють, перш за все, такі постулати/принципи.

1. *Постулат відчуження*, який забороняє дослідникам, що здійснюють якісні дослідження, виходити із власного саморозуміння предмета і такого роду досліджень.

2. *Принцип відкритості*, що пропонує відмовлятися від створення гіпотез *ex Ante*. Це означає, що дослідникам слід створювати відповідні теоретичні конструкції та гіпотези (Theorie-und Hypothesenbildung) на підставі якнайможливіше відкритих і заздалегідь малоструктурованих методів у процесі послідовного наближення до предмета дослідницького інтересу.

3. *Принцип комунікації*, який стверджує комунікативну рівноправність дослідника і респондента в дослідницькому процесі. Якщо в кількісних дослідженнях спостерігаємо намагання нейтралізувати різноманітні суб'єктивні та контекстуальні чинники дослідницького процесу, які нормуються, стандартизуються, мінімізуються чи виключаються загалом, то для якісних досліджень, навпаки, врахування контекстуального елемента або комунікації між дослідниками і респондентами має принципове значення. Щоправда, в дослідницькій практиці цей момент (принцип комунікації) нерідко залишається неусвідомленим (Mruck, 2000).

Значна частина герменевтичних, феноменологічних, психоаналітичних та інших теоретичних підходів і дослідницьких концепцій, які можна вважати центровими для німецькомовної традиції в якісних дослідженнях, отримала початковий поштовх від німецької філософії; пізніше, наприкінці XIX – на початку XX століть, вона розвивалася під впливом теоретико-методологічних змін, які відбувалися в соціальних науках. Далі, за часів фашистського режиму, а також внаслідок домінуючої орієнтації соціальних наук на кількісні показники після Другої світової війни, розвиток якісних досліджень призупинився. Вони опинилися на території відповідних соціогуманітарних дисциплін.

Зазначені підходи і концепції починають оживати в німецькомовному просторі десь наприкінці 60-х – на початку 70-х років минулого століття. Це відбувається, насамперед, на підставі «реімпорту» якісної методології та відповідних дослідницьких процедур із США. В цей час спочатку в соціології, потім у педагогіці та інших науках, пов'язаних із вивченням проблем виховання, здійснюється рецепція важливих для якісної методології праць – П. Лазарфельда, Р. Мертон, Б. Глейзера, А. Штрауса, Г. Беккера, Дж. Міда, А. Сікурела. Саме розробки цих ав-

торів мали суттєве значення для відновлення інтересу до якісних методів серед німецькомовних соціально-наукових дослідників.

Загалом у німецькомовній соціально-науковій літературі розрізняють дві фази розвитку, поширення і застосування якісних методів.

Перша пов'язана з «улаштуванням» якісних досліджень. Тут укорінення якісних методів здійснювалося під егідою теорії соціальної дії, з одного боку, і в умовах (наприкінці 60-х років) зростаючої конфронтації з кількісною методологією – з іншого. З поширенням ідей феноменологічних, герменевтичних та інтерактивних підходів у цій фазі започатковується самостійна дослідницька традиція, яку пов'язують із надією, що якісні методи нададуть можливість репрезентувати складність соціокультурного світу в адекватний і вичерпний спосіб. У зв'язку з цим у зазначеній фазі точилися численні методологічні дискусії щодо особливостей якісної парадигми. Крім того, спеціальну увагу приділяли питанням збирання даних.

У другій фазі інтерес соціально-наукових дослідників фокусується, радше, на емпіричних дослідженнях щодо конкретних проектів, аніж на теоретичних дискусіях про специфічність якісних методів. Характерним для цієї фази є значна різноманітність дослідницьких тем, прийняття якісної парадигми як традиції та методів її реалізації.

Болгарська дослідниця Р. Желева вважає, що до виокремлених фаз розвитку якісних досліджень у німецькомовному просторі слід додати третю. Остання настає разом із переміщенням методологічного фокуса від збирання даних до їх аналізу і характеризується посиленням комбінування якісних і кількісних методів, розвитком і використанням комп'ютерних програм оброблення й аналізу зібраних за допомоги якісних методів емпіричних даних (Желева, 2006: 190).

Як зазначається в німецькомовній соціально-науковій літературі, в цій фазі спостерігається посилення саморефлексії дослідників. Ця тенденція самокритичності та дискусій щодо власних наукових досягнень, професіоналізму дослідницької спільноти стосується, переважно, теоретико-методологічних розробок у сфері соціології науки, етнології та психоаналізу. В цілому після Другої світової війни центральне місце в розвитку якісних методів у Німеччині посідає соціологічна наука і педагогіка, які перші на той час – серед усіх соціально-наукових дисциплін – інституціоналізувалися в різні наукові, освітянські та дослідницькі заклади і центри.

Сьогодні за соціологією стосовно якісних методів зберігається провідна позиція в німецькомовному просторі. В межах якісних досліджень

тут спостерігаються три дослідницькі орієнтації. Одну з них пов'язують із *реконструюванням суб'єктивного смислу*. Тому дослідницький інтерес зосереджується на суб'єкті з його соціально-інтерпретативними моделями, можливостями дії, очікуваннями тощо. При цьому орієнтація суб'єкта щодо себе і свого світу має бути реконструйована в єдиному концептуалізованому дослідницькому процесі як діалог між дослідниками і досліджуваними.

Друга дослідницька орієнтація зосереджується на *описі соціальної дії та соціального середовища*. До неї можна віднести, з одного боку, етно-методологічні та наративно-структурні підходи і концепції, які мають справу, перш за все, з транскрибованими (записаними на плівку, розшифрованими стенографічними записами, грамзаписами тощо) інтерв'ю. З іншого боку, ця дослідницька перспектива містить концепції опису середовища і дослідження життєвого світу, які здійснюють феноменологи й етнографи. Характерним для концепцій і досліджень цього штибу є особлива увага до фази збирання даних і тенденція до «неінтерпретативного» опису способу дії та соціального середовища.

У межах третьої дослідницької орієнтації на передньому плані перебуває реконструкція структур, що генерують інтерпретації та дії. Особливістю цієї дослідницької перспективи є досвід диференціації між «дериватами поверховості» (суб'єктивний смисл, мотиви, очікування, уявлення, фантазії, надії, ціннісні орієнтації, поведінка) і «глибокими структурами» (об'єктивні значення дії, латентні смислові структури). Тут показовою є концепція «об'єктивної герменевтики» У. Овермана, яка відокремлює в межах «аналізу послідовних серій» (Sequenzanalyse) об'єктивну структуру значень від конкретних висловлювань досліджуваних осіб, що містять у собі якісь суб'єктивні смисли. Крім концепції «об'єктивної герменевтики», до цієї дослідницької орієнтації відносять концепції, орієнтовані на використання психоаналітичних методів дешифрування індивідуального або колективного несвідомого.

Зрозуміло, що наведена класифікація концепцій, підходів і методів у межах німецькомовної якісної парадигми не вичерпує всього її змісту. В науковій літературі мають місце й інші пропозиції щодо систематизації складових цієї якісної парадигми (див.: Желева, 2006: 191). Принаймні, до неї примикають багатоманітні дослідження поведінки (Handlungsforschung), феміністські концепції, біографічний аналіз (Biographieforschung), які не були зазначені у вищенаведених орієнтаціях.

Процес інституціоналізації якісних досліджень відбиває і створення відповідних секцій у рамках Німецької соціологічної асоціації (див.:

Hitzler, 2005). Робоча група «Методи якісних соціальних досліджень» була утворена 1997 року зусиллями К. Хопф (Christel Hopf, 1942–2008) і Р. Гілдемайстер (Regine Gildemeister). 2003 року групі було надано статус секції. Розроблено чітку програму обговорення різнорідних теоретичних і методологічних підходів, а також методичних процедур і методів аналізу, зокрема, з метою розроблення рекомендацій для університетського викладання. Секцію біографічних досліджень утворено 1986 року на основі робочої групи «Біографія і суспільство». Активну участь у формуванні цього напрямку беруть Ф. Щюце, П. Альхайт, Г. Розенталь, Р. Бонзак, Г. Ріман, Л. Іновлоцкі та ін. Упродовж 30 років діяла секція «Соціологія мови», яка об'єднувала прихильників феноменологічно-конструкціоністського підходу П. Бергера, Т. Лукмана, А. Щюца. 2000 року під впливом нових зацікавлень, а також бажання відмежуватися від підходу конверсаційного аналізу секція отримала назву «Соціологія знання» (Ronald Hitzler). В її рамках діє робоча група «Етнографія» під керівництвом А. Хонер (Anne Honer) і Х. Кноблауха (Hubert Knoblauch). Після з'їзду соціологів у Дюссельдорфі 1992 року була зареєстрована і найвпливовіша в полі німецької інтерпретативної соціології Асоціація об'єктивної герменевтики (Arbeitsgemeinschaft objektive Hermeneutik, AGOH) під керівництвом У. Овермана.

Методи збирання, оброблення й аналізу даних у німецьких якісних дослідженнях

У навчальних посібниках виокремлено, як правило, чотири основних методи збирання якісних даних: спостереження, аналіз текстів і документів, інтерв'ю, письмові та звукові записи з транскрибуванням (Silverman, 2008: 39). Німецькі дослідники використовують переважно інтерв'ю, рідше – групові дискусії, якісний експеримент, проєктивні методики, мережеві карти тощо. Залежно від преференцій дослідника інтерв'ю можуть бути як сильно структурованими, так і максимально відкритими. Популярністю користується метод наративного (оповідально-біографічного) інтерв'ю Ф. Щюце (F.Schütze) і проблемно-центроване інтерв'ю А. Вітцеля (A.Witzel). Ці два типи інтерв'ю не зводяться тільки до збирання якісних, наприклад, біографічних, але й через тематичну стимуляцію до оповідання респондентам надається свобода висловити власні погляди на життя як «життєву історію».

Незважаючи на наявність розвинутої методології проведення інтерв'ю, в німецькій дослідницькій практиці переважає натуралістичне (позитивістське) розуміння ситуації «інтерв'юер – респондент». Респон-

дента тут розглядають виключно як зовнішнє джерело інформації. Згідно з позитивістськи налаштованими соціологами, саме таке розуміння природи інтерв'ю відкриває доступ до фактів дійсності. Основним питанням тут є отримання з боку респондентів добросовісних, щирих, правильних даних. Цьому сприяють суто технічні способи контролю і дотримання репрезентативності вибіркової сукупності респондентів, випадкова селекція вибірки для інтерв'ю, застосування стандартизованих питань багатократного вибору, відповіді на які можна надалі подати в табличному форматі тощо.

Проте технічні способи контролю не враховують комунікативну специфіку ситуації «інтерв'юер – респондент», двосторонній вплив чинника суб'єктивності. Річ у тім, що як інтерв'юер, так і респондент заангажовані у процес конструювання зрозумілих один одному значень і смислів. Це означає, що, крім фактуального боку інтерв'ю, в ньому беруть участь і мають прояв комунікативні значення ситуації інтерв'ю і суб'єктивні смисли його учасників, які артикулюються в їхніх суб'єктивних диспозиціях і ціннісно-оціночних судженнях. Таким чином, інтерв'ю не можна зводити тільки до способу отримання «чистих» фактуальних даних щодо оточуючої дійсності. Свій внесок у тлумачення фактів роблять уявлення, переконання, орієнтації респондентів. Тому особливий інтерес викликає те, в який саме спосіб респонденти конструюють свої оповідання (нарації) щодо окремих подій, явищ, ситуацій, людей, а також під впливом чого відбуваються зміни в їх тлумаченні існуючих значень і смислів. У цьому контексті інтерв'ю трактують як джерело даних про зовнішній світ (*Silverman, 2008: 114*).

Хоч би як там було, але сьогодні в німецькомовних наукових дискусіях спостерігаємо певну поляризацію позицій. Одні дослідники керуються принциповою асиметрією між соціологом і респондентом, інші, враховуючі роль суб'єктивності та комунікативних особливостей у ситуації інтерв'ю, намагаються реалізувати відповідні вимоги для забезпечення адекватних умов їх взаємодії.

Своєю чергою, спектр методів оброблення й аналізу зібраних якісних даних варіюється залежно від досвіду, теоретичних концепцій та дослідницьких інтересів німецьких науковців. При цьому зазначені методи, з одного боку, часто-густо розглядаються як відповідна рецептура. З іншого ж боку, постійно підкреслюється необхідність адаптації пропонованої методики, наприклад, оповідально-біографічного інтерв'ю Ф. Шюце. І все-таки в середовищі прихильників якісних досліджень спостерігаємо наявне стремління до розроблення і дотримання готових рецептів

і стратегій оброблення й аналізу зібраної якісної інформації (Желева, 2006: 192). Той самий Ф. Щюце пропонує власну методику оброблення й аналізу нарративного інтерв'ю (див.: Скокова, 2004: 55), А. Вітцель – проблемно-центрованого інтерв'ю (Witzel, 2000). До цього слід додати такі розвинені якісні методи, як контент-аналіз, дискурс-аналіз, об'єктивна герменевтика, психоаналітичні методи оброблення й аналізу, діалогічна герменевтика, різні варіанти типового і метафоричного аналізу. Застосовують також різні комплексні стратегії, наприклад, індуктивна діагностика і порівняльна каузистика. Крім того, в німецькомовній соціології є популярною угрунтована теорія (grounded theory) Б. Глейзера і А. Штрауса. Ці комплексні стратегії не належать тільки до фази оброблення й аналізу якісних даних, вони містять також методичні вказівки для дослідницького процесу в цілому.

Для оброблення й аналізу якісних даних у соціології дедалі більше використовують комп'ютерні програми, що дозволяє покращити оформлення текстів, підвищити надійність результатів окремих кроків в аналізі, зрештою, захиститися від постійних звинувачень у надмірному суб'єктивізмі та есеїстичності результатів якісних соціологічних досліджень (див.: *Mruck*, 2000).

Критерії якості в дослідженні

Одне з цікавих питань якісної методології, що жваво обговорюються в німецькомовному науковому просторі, стосується *критеріїв якості* в якісних дослідженнях. На думку багатьох науковців, у межах кількісної методології вироблено «тверді» критерії того, коли дане дослідження можна вважати об'єктивним, репрезентативним, надійним, валідним. А щодо якісних досліджень, то тут загальноприйнятні критерії науковості поки що у принципі відсутні. Тому вони мають другорядний науковий статус. Водночас кількісні дослідження є об'єктивними, тому що вони вільні від ціннісних оцінок, продукують на підставі об'єктивних методів (вимірювання) точні дані, які адекватно відбивають дійсність і пояснюють її. Якісні дослідження постійно перебувають під впливом цінностей і переконань, що визнаються дослідниками. Застосовувані в них методи є суб'єктивними, отримувані дані – спекулятивними, тому ці дослідження не можна вважати об'єктивними.

У відповідь прихильники якісної парадигми визначають кількісні дослідження як «позитивістські», що ігнорують відмінності між природним і соціальним світами. На підставі кількісних досліджень не можна адекватно зрозуміти багатоманітні значення, які містить у собі соціальне

життя. Те, що люди говорять, відповідаючи на запитання інтерв'ю, не обов'язково має щільний зв'язок із тим, як вони себе фактично поведуть у реальних ситуаціях. Загалом це означає, що дослідники, які застосовують кількісні методи, можуть ігнорувати розрив між дискурсом респондентів щодо питань інтерв'ю (анкети) і способом, у який вони відповідають на них у дослідницькій ситуації. А, отже, і не брати до уваги особливості соціокультурного конструювання змінних дослідження (*Silverman*, 2008: 56).

Водночас прихильники якісної парадигми зазначають, що якісні дослідження не мають претендувати на об'єктивність, бо *суб'єктивність* учасників, наприклад, інтерв'ю не тільки не можна елімінувати як чинник, який нібито деформує дослідницький процес, а навпаки, його потрібно активно використовувати у процесі комунікації та розуміння дійсності. Сумніву підлягає і вимога достовірності, бо ситуація збирання інформації методом інтерв'ю трактується як окрема, своєрідна і спеціальна подія в життєвій історії людини. Життєва ж історія людей постійно змінюється разом із зміною життєвих, соціальних і культурних ситуацій. Тому дуже важко на підставі окремих інтерв'ю достовірно фіксувати цілісний життєвий процес.

Серед критеріїв якості наукового дослідження найбільшу увагу приділяють *валідності*. Як вважають деякі німецькі науковці, в якісних дослідженнях валідність інтерпретується не так, як у кількісних (*Желева*, 2006: 194). У якісних дослідженнях вимірювання заміщається так званою інтерпретативно-комунікативною сферою, в межах якої функціонують/діють «комунікативно-теоретичні критерії», які можуть ураховувати окремі аспекти об'єктивності та достовірності. Для валідності інтерпретацій і узагальнень результатів якісного дослідження спеціального значення набуває процес досягнення консенсусу в рамках дослідницької команди, що працює з цим типом методу. Щодо цього практикуються такі варіанти рішень: 1) консенсус між інтерпретаторами однієї команди оброблення й аналізу даних (так звана консенсусна валідація), 2) співробітництво між інтерпретаторами і респондентами (так звана комунікативна валідація) і 3) дискусія між інтерпретаторами і зовнішніми особами, наприклад, експертами чи колегами з інших дослідницьких команд (так звана аргументована валідація).

Перспективи розвитку якісної парадигми

Сьогодні констатують значно меншу чисельність досліджень, проведених у Німеччині за допомоги якісних методів порівняно з кількісними

ми дослідженнями. В межах фонду щорічних засобів для дослідницької роботи тільки невелику частину призначено для фінансування якісних досліджень (Mruck, 2000). Водночас у німецькомовній науковій літературі визнається зростання інтересу з боку багатьох репрезентантів різних соціальних наук і теоретичних підходів саме до якісних методів (особливо у сфері гендерних досліджень, різноманітних тем, пов'язаних із дослідженням здоров'я населення і соціології медицини, в педагогіці і т. д.). У галузі соціології дослідницькі проекти з якісними методами мають значний шанс отримати фінансову підтримку саме тоді, коли вони передбачають комбіноване застосування якісних і кількісних методів.

Щодо університетських програм із соціології, то тут якісні методи поки що не посіли належного місця. Тому не дивно, що студенти і випускники з соціології часто мають проблеми з застосуванням на практиці навіть найпростіших якісних методів (Желева, 2000: 195).

Тим не менш, можна констатувати, що інтерпретативна парадигма успішно утверджує себе в німецькомовному просторі соціальних наук. Головною перепорою на шляху утвердження якісних методів як центрових у наукових дослідженнях є схильність науковців, а також споживачів соціологічного знання (державних інституцій, політичних організацій, медіа тощо) до відкидання суб'єктивності як чинника, що деформує отримання об'єктивних даних. Проте цю обставину девальвують професійні результати відомих німецьких дослідників, що працюють із якісними методами (У. Оверман, Ф. Шюце, В. Мароцкі та ін.). Вони підвищують репутацію якісної парадигми в соціальних науках, не залишають місця сумніву щодо наукової якості проведених якісних досліджень.

Розроблення і використання відповідних комп'ютерних програм для оброблення і якісного аналізу зібраних даних також сприяють цій тенденції. Комп'ютерні програми доцільно використовувати завжди, коли йдеться про питання компресії великих масивів емпіричного матеріалу, зібраного, перш за все, в ситуації повсякденного спілкування людей. Прикладом тут може бути концепція «моральної комунікації». Сьогодні вона є дуже впливовою в німецькомовній соціології. Свій початок ця концепція бере з теоретичних розробок Н. Лумана, проте популярність отримує останніми двома десятиріччями, здебільшого, завдяки працям І. Бергмана, Т. Лукмана, П. Бергера. Концепція є підставою для якісних соціологічних досліджень, у яких аналізуються значні масиви інформації, зібраних у повсякденних ситуаціях комунікації під час, напри-

клад, проведення популярних телевізійних передач, промов впливових політичних фігурантів тощо.

Використання комп'ютерних програм відчутно сприяє утвердженню якісних методів у соціальних науках. Проте це не позбавляє необхідності здійснювати систематичний перегляд застосованих методик з урахуванням особливостей комунікації між дослідниками, респондентами і потенційними споживачами результатів якісних досліджень. Це означає, що інтерпретації підлягають не тільки зібрані дані, але й самі якісні методи. Останні не можуть просто «прийматися» до роботи в дослідницькому процесі, вони постійно передбачають зворотній зв'язок із досліджуванним предметом і його контекстом.

Отже, контроль за застосуванням того чи того якісного методу і необхідність його постійної інтерпретації стосується всіх фаз якісного дослідницького процесу – від збирання інформації через запис і документування до її аналізу і публікації.

Результатами застосування якісної методології вважають *тексти*. Вони ніколи не є ідентичними дійсності, яку репрезентують, вони тільки її виражають. Тому тексти рекомендують використовувати як документи повсякденного спілкування людей, що допомагають зрозуміти суб'єктивний смисл їхніх суджень, справ і вчинків. Відтак «текстуальне» і «рефлексивне» не є взаємовиключними поняттями. Навпаки, як слушно підкреслює Р. Желева, вони взаємодоповнюють один одного, сприяючи підвищенню ролі якісних досліджень у науковому просторі, створенню парадигми, для якої продукування і розуміння суб'єктивного смислу є центральним дослідницьким завданням (Желева, 2006: 197).

Концепція об'єктивної герменевтики У. Овермана

Важливим стимулом розвитку якісної парадигми можна вважати методологію об'єктивної герменевтики У. Овермана¹. Початок цій методології німецький дослідник поклав ще в 70-х роках минулого століття, коли інтенсивно працював над проблемами освіти, соціалізації та сім'ї. 1973 року вийшла його публікація «До аналізу структури соціально-

¹ Маловідомий у нас Ульріх Оверман є професором соціології в університеті Франкфурта, де він керує кафедрою Інституту досліджень соціалізації та соціальної психології. Крім того, дослідник очолює заснований ним Інститут герменевтичних соціальних і культурних досліджень. Його вважають фундатором об'єктивної герменевтики в Німеччині.

інтерпретативних моделей», яка розпочала дискусію щодо соціально-інтерпретативних моделей у німецьких соціальних науках. Понад три десятиліття ідеї, висунуті Оверманом у зазначеній публікації, є приводом жвавих дебатів у царині розроблення і прикладання якісних методів у соціальних дослідженнях. Пізніше (1996) на сайті Інституту герменевтичних соціальних і культурних досліджень з'явився так званий «Маніфест об'єктивно-герменевтичного соціального дослідження» Овермана. Після ґрунтовного перероблення і доповнення цей текст був опублікований (2002) під назвою «Клінічна соціологія на основі методології об'єктивної герменевтики».

Згідно з думкою німецького дослідника, предметом методології об'єктивної герменевтики є латентні смислові структури й об'єктивні структури значень «форм вираження» (*Ausdrucksgestalten*), у яких презентовано психічні, соціальні та культурні явища смислоструктурованого світу. При цьому об'єктивна герменевтика орієнтована на розкриття латентних смислових структур (відповідних суб'єктивних смислів) не безпосереднім, а опосередкованим чином, через звертання до об'єктивних значень форм їх вираження, насамперед у текстах. Об'єктивна герменевтика є суто аналітичною методологією, яка не має на меті безпосередньо сприяти розв'язанню конкретних проблем соціальної практики. Її особливість полягає в тому, що вона виступає одночасно як метод розкриття і розуміння смислу, так і теорія конститутивних компонентів смислоструктурованого світу. Об'єктивна герменевтика проголошує, що структури (культурний зміст) виникають в інтеракціях суб'єктів (з інтеракцій суб'єктів). Це означає, що вони породжуються у процесі соціальної взаємодії, але з моменту своєї появи набувають незалежного від індивідів буття, стають самостійними, об'єктивними. Класичним прикладом може бути самостійне життя ідей, породжених у процесі діалогу між двома або більше суб'єктами.

Поняття «структура» посідає центральне місце в об'єктивній герменевтиці. Під ним розуміють закономірність (регулярність), з якою здійснюється типова селекція – згідно з певними правилами – пропонованих можливостей для дії в конкретній соціальній практиці (індивіда, групи, спільноти, інституції, суспільства). За Оверманом, структури бувають універсальними, які не підлягають зміні, та історичними, які змінюються. Дослідник розрізняє чотири рівні структур. Перший рівень – це сукупність усіх закономірностей (регулярностей), завдяки яким здійснюються в певному алгоритмі сформовані можливості дії. На другому рівні розташовані типові вибори в межах даної соціальної практики. Це є рівень суб'єктивного (індивідуального) сприйняття соціальної дійснос-

ті. Третій рівень пов'язаний із результатом селекціонування. Об'єктивна герменевтика позначає його як рівень об'єктивної ідентичності, бо тут містяться так звані генеративні правила, які застосовують відповідним чином у кожному конкретному випадку. Четвертий рівень будь-якої структури піддається розумінню (дослідженню) тільки частково, бо являє собою одночасно форму свідомості та інтерсуб'єктивну ідентичність.

Усі структури, окремі структурні рівні об'єктивна герменевтика розглядає як латентні і розрізняє відповідно до ступеня доступу до них. Так, наприклад, універсальні структури належать до сфери неусвідомленого і тому не можуть бути змінені навіть у процесі їх розкриття і дослідження. Історичні ж структури, навпаки, є специфічними для даної епохи, даного суспільства, конкретної культури і тому розподіляються за різними зонами свідомості – від несвідомого через передсвідоме до тільки частково свідомого. Завдання об'єктивної герменевтики полягає саме в реконструюванні структур, досягненні в цьому якнайбільшої повноти.

Структури в межах об'єктивної герменевтики безпосередньо пов'язані з поняттям генеративного правила. Оверман вважає, що будь-які правила (наприклад, граматичні чи логічні) мають генеративний (породжувальний) характер. Як загальні принципи вони продукують поведінку, з якою діючий суб'єкт раніше не був знайомий. Тим самим з'являється шанс для прогнозування поведінки індивідів у зовсім нових обставинах. Загалом генеративні правила конституують інтерсуб'єктивний смисл соціальної дії. Це означає, що смисл будь-якої соціальної дії не обмежується досвідом одного-єдиного індивіда, а поділяється й іншими індивідами, які діють в однакових умовах. Унаслідок цього різні соціальні актори мають схоже знання щодо схожих ситуацій.

Отже, пояснення раціональної дії не може бути причинно-аналітичним, як це прийнято у природничих науках. Німецький дослідник підкреслює, що таке пояснення відкривається з реконструкцією правила, яке керує дією суб'єкта і стосовно якого суб'єкт відчуває себе відповідальним (Оверман, 1996: 137). Звідси пошук і реконструкція правил (норм), які керують поведінкою, у зв'язку з чим остання стає інтенціональною, керованою (*regelgeleitetes Handeln*), є першочерговим завданням об'єктивної герменевтики. Оверманівські соціально-інтерпретативні моделі теж можна пояснити тільки з урахуванням (реконструкцією) «генеративних правил», у зв'язку з керованою ними поведінкою. Це означає, що «каузальне пояснення» такої поведінки не може бути редукованим, як це передбачають будь-які біхевіористські програми, до зв'язності об'єктивно спостережуваних фактів, а потребує розкриття такого опосередковуючого елемента, як «генеративне правило», якого практично дотримується діючий

суб'єкт. Для цього необхідно вийти за межі спостереження зовнішніх фактів і поставити в центр емпіричного аналізу норми поведінки діючого суб'єкта. В цьому плані соціально-інтерпретативні моделі завжди належать функціонально до об'єктивно поведінкових моделей, які потребують тлумачення. Звідси об'єктивні поведінкові проблеми, які мають про-яв у полі дії суб'єкта, завжди підлягають культурній інтерпретації, тобто, за Оверманом, тлумаченню в термінах соціально-інтерпретативних моде-лей. Завдяки цьому *соціально-інтерпретативні моделі завжди перебува-ють попереду соціологічного причинно-наслідкового аналізу*. Цікаво, що колись те саме відзначав М. Вебер. Він указував, що в соціальних науках потрібно розрізняти ціннісні й каузальні судження, вони мають свою спе-цифіку і виконують відповідні функції в пізнавальному процесі. Крім усього іншого, ціннісні судження, наприклад, слугують компасом для ка-узальних суджень. У цьому контексті Оверман стверджує, що його со-ціально-інтерпретативні моделі, з одного боку, передують причинно-на-слідковому аналізу дійсності, а з іншого – є відповіддю на об'єктивні про-блеми соціальної поведінки. Інакше кажучи, об'єктивні поведінкові про-блеми завжди перебувають на початку конструювання соціально-інтер-претативних моделей. Загалом поняття останніх належать, перш за все, до ансамблю (*ensemble*) соціально-комунікативних інтерпретацій зовніш-нього середовища. Згідно з Габермасом, на якого посилається Оверман, соціально-інтерпретативні моделі охоплюють правила, які керують ін-струментальною і комунікативною поведінкою. У зв'язку з тим, що со-ціальні цінності та норми, культурні традиції, очікування й орієнтації про-понують, у принципі, обґрунтоване і розумне тлумачення існуючих со-ціальних фактів і тим самим виступають як валідна основа цього тлума-чення, вони природно перетворюються на елементи соціально-інтерпре-тативних моделей (Оверман, 2006: 134).

Вище ми зазначали, що об'єктивна герменевтика як методологія має як основний дослідницький предмет *тексти*. Саме тексти ми розгля-даємо як носії смислів і значень. Поняття тексту є широким. Це не тільки письмові джерела, але й кінофільми, картини, малюнки тощо. Незалеж-но від форми, всі тексти фіксуються як протоколи, стають, таким чином, протокольною реальністю. Зрозуміло, між протокольною реальністю і дійсністю має місце певна різниця, але вона не є перепорою на шляху безпосереднього аналізу текстів (Оверман, 2006: 199).

Те, що відрізняє об'єктивну герменевтику від інших якісних методів, а також від інших типів герменевтики, є устремління відкрити не просто смисл, а латентний смисл. Згідно з Оверманом та іншими послідовника-

ми об'єктивної герменевтики, в мові індивідів містяться або мають прояв інтерсуб'єктивні правила і значення, які можуть бути реконструйовані. Це відбувається через інтерпретацію за дотримання певних принципів вимог – послідовного аналізу частин тексту (так званий секвенційний аналіз); «тотального аналізу» всіх деталей, незалежно від того, наскільки вони уявляються маловажливими або незвичайними щодо предмета дослідження; буквральності аналізу (дослідники інтерпретують обов'язково тільки те, що є в тексті, а не якісь свої (попередні) знання щодо аналізованого явища) тощо.

Об'єктивна герменевтика передбачає обов'язкове збирання даних на підставі максимально відкритих і нестандартизованих процедур. Запис і транскрибування текстового матеріалу слід робити найдетальнішим чином, не пропускаючи жодної подробиці. Водночас репрезентація випадку має відбуватися згідно з ієрархічною логікою. На першому етапі аналізують постановку проблеми, яка буде досліджена. Тут же наводять правила і процедури об'єктивної герменевтики. Далі йде інтерпретація об'єктивної контекстуалізації даних, їх соціальної вкоріненості. Для об'єктивної герменевтики конструювання умов контексту, в межах якого відповідна соціальна взаємодія має сенс, є кроком дуже важливого значення. Інколи його вважають (у тому числі Оверман) дослідницьким завданням, реалізація якого навіть передуює об'єктивно-герменевтичному аналізу досліджуваного тексту. Третій крок зазначеної логіки пов'язують з інтерпретацією зібраних даних, при цьому завжди треба починати із вступної секвенції. Перевірка результатів об'єктивно-герменевтичного дослідження відбувається не на підставі верифікації висунутих гіпотез, а через їх фальсифікацію. З цією метою об'єктивна герменевтика передбачає, по-перше, формування гіпотези і перевірку її емпіричного і логічного змісту; по-друге, (пере)формулювання гіпотези в чистій формі та досвіду її фальсифікації.

З 1970-х років У. Оверман накопичив значний досвід застосування об'єктивної герменевтики та її процедур на прикладі досліджень широкого кола проблем. У середині 1990-х процес становлення методології об'єктивної герменевтики і перевірки її дослідницького потенціалу можна вважати завершеним (Желева, 2006: 200). З цього часу німецький дослідник і його послідовники інтенсивно застосовують цю методологію на практиці, навчають її численних прихильників по всій Європі. Методологія об'єктивної герменевтики У. Овермана продовжує справляти суттєвий вплив на розвиток і ствердження якісних методів не тільки в Німеччині, але й у інших європейських країнах.



Література

1. *Желева Р.* Качествените методи в социологическите изследвания в Германия // Социологически проблеми. – 2006. – Кн. 3–4. – С. 187–203.
2. *Оверман У.* Към анализ на структурата на социално-интерпретативните модели // Социологически проблеми. – 2006. – Кн. 3–4. – С. 131–155.
3. *Скокова Л.* Биографични дослідження в соціології: традиція і сучасний досвід. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2004.
4. *Hitzler R.* The Reconstruction of Meaning. Notes on German Interpretive Sociology // Forum Qualitative Sozialforschung. – 2005. – №6 (3). – Art. 45 // <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0503450>.
5. *Kardorff E. von.* Qualitative Sozialforschung-Versuch einer Standortbestimmung // U.Flick, E.von Kardorff, H.Kenpp, L.von Rosenstiel, 1991.
6. *Mruck K.* Qualitative Sozialforschung in Deutschland // Qualitative Sozialforschung. – 2000. – Vol. 1 (1).
7. *Silverman D.* Interpretacja danych jakosciowych. – Warszawa: PWN, 2008.
8. *Witzel A.* The problem-centered interview // Forum Qualitative Sozialforschung. – 2000. – №1 (1). – Art. 22 // <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0001228>.



Словник термінів

Принцип відкритості – методологічна вимога щодо створення дослідниками відповідних теоретичних конструкцій і гіпотез на підставі якнай-можливіше відкритих і задалегідь малоструктурованих методів у процесі послідовного наближення до предмета дослідницького інтересу.

Принцип комунікації – методологічна вимога щодо комунікативної рівноправності дослідника і респондента, необхідності врахування контексту в ситуації якісного дослідження.

Валідизація в якісному дослідженні – процес досягнення валідності (відсутності теоретичних помилок) інтерпретацій і узагальнень. Практикують такі варіанти рішень: 1) консенсус між інтерпретаторами однієї команди оброблення й аналізу даних (так звана консенсусна валідизація); 2) співробітництво між інтерпретаторами і респондентами (так звана комунікативна валідизація); 3) дискусія між інтерпретаторами і зовнішніми особами, наприклад, експертами або колегами з інших дослідницьких команд (так звана аргументована валідизація).

Об'єктивна герменевтика – аналітична методологія, орієнтована на розкриття латентних смислових структур (суб'єктивних смислів) не безпосереднім, а опосередкованим чином, через звертання до об'єктивних значень форм їх виразу, насамперед у текстах. Виступає одночасно як

метод розкриття і розуміння смислу і як теорія конститутивних компонентів смислоструктурованого світу (У. Оверман).

Контрольні запитання

1. Які фази розвитку, поширення і застосування якісних методів розрізняють у німецькомовній соціально-науковій літературі?
2. Які основні дослідницькі орієнтації можна вирізнити в німецькомовній якісній соціології?
3. Які критерії якості застосовують у німецькомовній якісній соціології?

Теми рефератів

1. Концепція об'єктивної герменевтики У. Овермана.
2. Методика оповідально-біографічного інтерв'ю Ф. Шюце.
3. Критерії якості наукового дослідження в кількісній і якісній парадигмах.
4. Феноменологічний підхід у німецькомовних якісних дослідженнях.

Лекція 7

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЯКІСНОЇ СОЦІОЛОГІЇ У ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇНАХ

Інституціоналізація наукової дисципліни як процес

Становлення будь-якої наукової дисципліни пов'язане з її інституціоналізацією, тобто із набуттям нею всіх атрибутів соціального інституту. Виокремлюють зовнішню і внутрішню форми інституціоналізації (Новикова, 2000). У процесі *зовнішньої інституціоналізації* науки вирізняють три основні напрями, послідовний розвиток яких поглиблює інституціоналізацію. По-перше, це поява і збільшення кількості різного роду публікацій (статті, монографії тощо), а також заснування спеціалізованих періодичних видань (часописів, збірок, щорічників тощо). По-друге, включення нової науки в систему освіти: введення її як обов'язкового предмету у навчальні плани різних типів навчальних закладів (університетів, шкіл тощо), створення у вищих навчальних закладах спеціалізованих відділень і кафедр, видання підручників і навчальних посібників із нової дисципліни, присудження професійних класифікацій і наукових ступенів за новою науковою спеціальністю. По-третє, створення національних і міжнародних товариств і асоціацій, а також різноманітних спеціалізованих наукових установ. Процес *внутрішньої інституціоналізації* будь-якої наукової дисципліни, зокрема й якісної соціології, означає формування самосвідомості вчених, удосконалення організаційної структури, формування усталеного поділу праці всередині нової наукової дисципліни, розроблення ефективних дослідницьких методів і прийомів, формування правил і норм професійної етики, тобто виникнення всього того, що суттєво сприяє процесу вироблення і систематизації знань саме в цій царині пізнання.

У цій лекції здійснено спробу реконструювати історію інституціоналізації якісної соціології на пострадянському просторі відповідно до названих вище напрямів і етапів¹.

Становлення якісної соціології на пострадянських теренах

Зазвичай вважають, що в західній соціології ренесанс якісних методів у суспільних науках відбувся у 1970–1980-х роках; утім, у пострадянських країнах, зокрема в Росії й Україні розвиток цієї методології розпочався дещо пізніше — 1990-ми роками. На наш погляд, якісну методологію було занесено до нас, образно кажучи, «західним вітром». Вона доволі швидко набула послідовників і посіла гідне місце в методичному арсеналі вітчизняних досліджень.

Етап популяризації нетрадиційної для вітчизняних дослідників інтерпретативної теоретико-методологічної перспективи стартував завдяки публікаціям у низці російських часописів, відкритих новим науковим віянням. Одним із перших був часопис “Вопросы социологии”, що виходив друком упродовж 1992–1993 років, цілком присвячений новому типу досліджень. У його номерах публікувалися переклади статей західних дослідників і перші розвідки російських соціологів із відповідної проблематики. Пізніше — від кінця 1990-х — російські періодичні видання «Социологический журнал», «Социология: 4М», «Мир России», «Журнал социологии и социальной антропологии», «Социологические исследования», «Общественные науки и современность», «Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований» почали регулярно розмішувати у своїх номерах статті, присвячені якісній методології і результатам якісних досліджень. На початку 2000-х у соціологічній періодиці з'явився перший спеціалізований часопис «ИНТЕР (Интеракция. Интервью. Интерпретация.)», котрий не став, на жаль, регулярним виданням. Українські наукові часописи «Соціологія: теорія, методи, маркетинг» (Інститут соціології НАН України), «Гендерные исследования» (Харківський центр гендерних досліджень), «Україна мо-

¹ У процесі підготовки даної лекції авторка скористалася методом експертного інтерв'ю, щоби на підставі експертних думок та оцінок відтворити історію інституціоналізації якісної соціології у пострадянських країнах. Було зібрано дев'ять інтерв'ю, експертами виступали українські дослідники, які мають досвід проведення якісних досліджень: Н.Костенко, О.Злобіна, Л.Скокова, С.Бабенко, Ю.Сорока, Н.Лаврінченко, О.Гончарук, Т.Домнич, Л.Амджадін.

дерна» (Інститут історичних досліджень, м. Львів) відкриті для матеріалів з цієї проблематики від моменту свого створення.

На початку 1990-х років разом із популяризацією західних здобутків у журнальній періодиці становлення і розвиток якісної соціології в Росії тривав завдяки великим дослідницьким проектам, що їх ініціювали й очолювали авторитетні західні соціологи. Відтак у російській соціології, починаючи від 1990-х років паралельно розвивалися, як мінімум, три наукові центри якісних досліджень. Проект «Соціальна структура російського села», очолюваний англійським соціологом Теодором Шаніним, завершився опублікуванням однієї із перших вітчизняних монографій, в якій було узагальнено дані інтерв'ю і включеного спостереження, «Голоса крест'ян: Сельская Россия XX века в крестьянских мемуарах» (*Голоса крест'ян*, 1996). Проект «Століття соціальної мобільності в Росії» (під керівництвом французького дослідника Данієля Берто) був реалізований зусиллями молодих на той час соціологів Інституту соціології РАН (Вікторії Семенової, Марини Малишевої, Олени Мещеркіної, Катерини Фотєєвої та ін.), які зацікавилися проблематикою якісної методології і згодом стали провідними спеціалістами якісного напрямку. Результатом цього проекту була колективна монографія «Судьбы людей: Россия. XX век» (*Судьбы людей*, 1996). Проект пітерських соціологів «Формування етнічних меншин у Санкт-Петербурзі та Берліні» здійснювався під керівництвом Віктора Воронкова та Інґрід Освальд і завершився виданням монографії «Конструирование этничности» (*Конструирование этничности*, 1998) та створенням Центру незалежних соціологічних досліджень, який і донині реалізує різнопланові проекти в рамках якісної парадигми (див.: *Інтернет-ресурси*). Ще одним центром становлення якісної соціології виявилися гендерні студії — Московський центр гендерних досліджень і Харківський центр гендерних досліджень (див.: *Інтернет-ресурси*), підтримувані Фондом Джона Д. і Кетрін Т. МакАртурів. У рамках цих інституцій здійснено низку якісних соціологічних проектів з різноманітної гендерної тематики.

Таким чином, у 1990-ті роки було закладено традицію вивчення нових явищ суспільства, що трансформується, соціоструктурних інновацій, багатоманітних сфер соціальної мобільності, зміни соціальної ідентичності із використанням якісних методів (на той час переважно біографічного інтерв'ю і включеного спостереження). За результатами згаданих вище проектів у Росії було створено й опубліковано перші колективні монографії, присвячені трансформаційним соціальним реаліям, що були взяті за зразок аналітичної роботи всіма дослідниками на пост-

радянському просторі, які зацікавилися якісною перспективою. Крім того, з урахуванням досвіду участі у цих проектах були написані перші російські підручники з якісних методів, у яких усвідомлювались і викладались дослідницькі здобутки першопрохідників (*Ковалев, Штейнберг, 1999; Семенова, 1999*). В Україні 1990-ми роками становлення якісної соціології відбувалося принципово інакше, ніж в Росії. Воно йшло головним чином через ініційовані окремими соціологами якісні дослідження в рамках власних наукових інтересів і шляхом ознайомлення передовсім із російським дослідницьким досвідом. Великі дослідницькі центри якісних досліджень в Україні не склалися, на думку автора лекції, не останньою чергою через брак потужного «зовнішнього» імпульсу в особі досвідчених західних дослідників — носіїв нової методологічної перспективи.

Розширення проблематики і методичного арсеналу якісних досліджень

Від кінця 1990-х років потік якісних досліджень у російській і українській соціології зростав із кожним роком, завдяки чому розширювалися тематичні напрями, збагачувався методичний арсенал і аналітична майстерність дослідників. Розглянемо деякі з тематичних напрямів вітчизняних якісних досліджень.

Якісні методи добре зарекомендували себе під час вивчення трансформації колишніх і становлення **нових соціальних груп** у період суспільних змін. Глибинні інтерв'ю застосовували як вдалий інструмент для опису становлення російського й українського середнього класу, особливостей його соціальних характеристик, соціально-професійних ідентичностей, повсякденних практик (*Дилигенский, 2002; Симончук, 2003*). Методом включеного спостереження і дієвої участі у виробничому житті досліджували багатоаспектні явища трудового процесу і повсякдення робітників (*Алексеев, 2003*). На підставі даних інтерв'ю і фокус-груп вивчали особливості класової свідомості, соціального самопочуття, внутрішньої гетерогенності й протестної поведінки робітничого класу в сучасній Україні та Росії, стратегії розв'язання робітниками трудових конфліктів (*Козина, 1995; 1997; Попова, 2004; Симончук, 2007; Бессокирная, 2008*). Із застосуванням різноманітних якісних методів описано сучасні процеси соціальної структуризації у пострадянському селі, становлення нових класових відносин, особливості соціального портрету фермера, динаміку способу життя сільських жителів, успішні практики повсякденного життя селян (*Голоса крестьян, 1996; Гончарук,*

2004; *Базове дослідження*, 2004; *Виноградский*, 2007; *Бабенко*, 2008; *Бабенко, Николко*, 2008). Методом інтерв'ю досліджувались характеристики вищих верств, еліти пострадянського суспільства (*Российская элита*, 1996; *Амджадин, Вишняк, Привалов*, 2003).

Соціологи активно використовували якісні методи в проектах дослідження напрямів і способів адаптації різних соціальних груп до нової реальності, що виникла в результаті соціально-політичної й економічної трансформації радянського суспільства (*Злобина, Тихонович*, 1996; *Цветаева*, 2000; *Готлиб*, 2000; *Попова*, 2007). Низку якісних досліджень було присвячено становленню підприємництва й опису соціального портрета підприємця (*Чурикова*, 1998; *Демченко*, 1998; *Симончук*, 1999а; *Климова, Щербакова*, 2008). Шляхом аналізу біографічної інформації вивчалися механізми й мотиви професійної мобільності фахівців з вищою освітою, стратегії їхньої адаптації до нового соціально-економічного середовища (*Демченко*, 1998; *Симончук*, 1999а; *Мецгеркина*, 2001; *Бондарь*, 2001). Інтерес становлять якісні дослідження групи безробітних (*Жидкова*, 2001), явища бідності, наприклад вивчення проблеми бідності молодих мешканців інтернатів методом дієвої участі дослідника (проживання і роботи в життєвому середовищі досліджуваних) (*Лобнер*, 2007).

Багато досліджень із застосуванням біографічного методу присвячено різним видам соціальної мобільності, зокрема вивченню міжгенераційної мобільності та зміни культурних моделей російських сімей під час переходу до ринку (*Берто, Мальшева*, 1994) і тенденціям міжпоколінної соціальної мобільності селян (*Голоса крестьян*, 1996), аналізу шляхів молодого покоління в підприємництво (*Семенова*, 1996; *Симончук*, 1999), дослідженню сучасної міграційної і соціальної мобільності росіян через історії конкретних сімей (*Долгих*, 1996), вивченню трансформації класової структури постреволуційного суспільства, стратегій виживання й адаптації членів заможних сімей царської Росії після 1917 року (*Фотеева*, 1996), трансмісії соціального статусу росіян в екстремальній ситуації суспільних перетворень (*Берто*, 1996).

Застосування комбінованої дослідницької стратегії (масові опитування і набір якісних методів — фокус-групи, глибинні інтерв'ю, контент-аналіз преси) вможливило багатоаспектне **вивчення життя шахтарських міст** у період реструктуризації вугільної промисловості у Росії та Україні, зокрема дослідження соціальних і психологічних наслідків цієї реструктуризації, стратегій з працевлаштування і виживання звільнених шахтарів у результаті вимушеної мобільності (*Ильин*, 1997;

Крутой пласт, 1999; *Симончук*, 1999b; *Кононов*, *Кононова*, *Денищук*, 2001). Темою дослідження були також стратегії імобільної поведінки мешканців малих міст шахтарського регіону в пострадянський період (*Мацко*, 2008).

Біографічні джерела і фокус-групи широко використовують у **соціології та соціальній антропології професій** (*Попова*, 2004; *Социальная динамика*, 2007; *Мансуров*, *Юрченко*, 2008; *Профессиональные группы*, 2003; *Профессии.doc*, 2007). Предмет дослідження становлять культура і мова окремих професійних груп, ідентичність професіоналів, їхні повсякденні практики, процеси професіоналізації і професійної соціалізації, гендерні моделі професій, владні й етичні порядки в професії тощо. У періоди суспільних трансформацій соціологи особливу увагу приділяють тому, як змінюються цінності та життєві світи окремих професій (медики, адвокати та ін.), як виникають й інституціоналізуються нові професії (наприклад соціальний працівник, менеджер, web-дизайнер тощо) та деградують і зникають колишні.

Чимало якісних досліджень було присвячено **гендерній проблематиці**. Тематами цих досліджень були, зокрема, трудова біографія жінки, сучасне функціонування феномену дискримінації у рамках російської патерналістської культури труда і трудової етики (*Мещеркіна*, 2004a), гендерні моделі професій (*Социальная динамика*, 2007), стратегії вибору сучасної жінки між материнством і професією, змістовне наповнення життєвого циклу сучасної росіянки (*Никитина*, 2004), відмінності у біографічному портреті чоловіка і жінки, тенденції співвідношення «сім'я і робота» у різних поколіннях жінок (*Мещеркіна*, 2004b), освіта як доленосний фактор жіночої біографії (*Лагунова*, 1997), гендерний опис батьківських ролей (*Киблицкая*, 1999; *Эпштейн*, 2003), особливості жіночого підприємництва і соціальний портрет бізнес-леді (*Чирикова*, 1998, 2002; *Женщина*, 2000; *Суковатая*, 2002; *Мещеркіна*, 2002; *Исакова та ін.*, 2004), становлення жіночої самосвідомості активісток руху за права жінок (*Новикова*, *Карева*, 2004), гендерне вимірювання соціальної й політичної активності в перехідний період (*Гендерное измерение*, 1996), джерела конструювання гендерних ідентичностей у радянський період, зв'язок особистих і суспільних подій у пам'яті жінок старшого покоління (*Суковатая*, 2009), гендерні особливості сексуальності (*Роткирх*, 1997; *Темкіна*, 1999; *В поисках сексуальности*, 2002), створення гендерних образів і ролей засобами реклами (*Юрчак*, 1997), конструювання образу жінки у сприйнятті чоловіків (*Сорока*, 2003), міжнаціональний досвід дослідження й регулювання гендерних відносин (*Марце-*

нюк, 2007), стратегії конструювання маскулінності (Мещеркіна, 2002; Артемов, 2006), особливості застосування якісних методів у гендерних дослідженнях (Мещеркіна, 2002).

Якісні методи виявилися ефективними для вивчення раніше **ідеологічно заборонених для дослідження чи табуйованих соціальних явищ**. Так, біографічний метод було використано для аналізу феномена дисидентства та опису повсякденного життя дисидентського середовища (Чуйкіна, 1997; Кристл, 1997), вивчення соціальної стратифікації гулагівської Воркути 1930–1950-х років (Ільїн, 1999). Явище «дідівщини» досліджувалося на підставі власних спостережень в армійському середовищі та різноманітних особистих документів і речей (солдатські альбоми, фотографії, вірші, написи тощо) (Гуренко, 1990; Проноза, 1999, 2000, 2003). Біографічні, візуальні, текстові джерела прислужилися ефективними засобами соціологічного вивчення сексуальності, гомосексуальних стосунків, порнографії (Голод, 1996; Герасимова, 1997; Темкіна, 1999; *В поисках сексуальности*, 2002; Омельченко, 2004; Касянчук, Лецинський, 2008b). Якісна методологія є адекватною також для дослідження замовчуваних раніше соціальних проблем інвалідів, опису їхніх соціальних характеристик, аналізу соціальних стереотипів і атиюдів стосовно інвалідів, мотивації створення громадських організацій інвалідів і проблеми самореалізації інвалідів через їхню участь у роботі цих організацій (Ярская-Смирнова, 2002; Дікова-Фаворська, 2009).

Темами якісних досліджень стали різноманітні **вияви девіантної поведінки та соціальної ексклюзії**: наркоманія (Позднякова, 1997; Свеженцева, 2000; *Вышемирская*, 2001; *Огляд*, 2005), проституція (Курманова, Башмакова, Бутенко, 2000; Меренков, Никитина, 2000), примусова праця і сексуальна експлуатація дітей (Швед, 2006; *Запобігання торгівлі дітьми*, 2003; *Дитяча праця*, 2009), жебрацтво (Ньютсон, 1997; Кудрявцева, 2001, 2004), дитяча і доросла безпритульність (Журавлев, 1996; *Расскажи свою историю*, 2000; Рюль, 2008; Соловьева, 2007; Соха, 2008) та ін. Ці гострі соціальні проблеми часто були предметом досліджень великих соціологічних і маркетингових компаній, наприклад Центру соціальних експертиз при Інституті соціології НАНУ, Київського міжнародного інституту соціології, Українського інституту соціальних досліджень ім. О.Яременка, Центру соціальних і маркетингових досліджень «СОЦІС» тощо. Зазвичай ці теми вивчають на замовлення міжнародних організацій, таких як Програма розвитку ООН в Україні, Представництво дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ) в Україні, Представництво Світового банку в Україні та ін.

Від початку 1990-х років соціологи переймалися необхідністю опису **процесів трансформації колишніх і конструювання нових соціальних ідентичностей**, що були спричинені суспільними змінами, і саме якісна методологія забезпечила адекватні засоби для реалізації цього завдання (*Голофаст, 2002; Здравомыслова, Темкина, 2004*). Шляхом аналізу біографічних інтерв'ю вивчалися процеси конструювання нових професійних ідентичностей і ролей (*Попова, 2004; Профессиональные группы, 2003*), трансформації соціально-професійної ідентичності фахівців з вищою освітою у процесі зміни професії (*Симончук, 1999*), особливості соціальної і професійної ідентичності українських і російських мільйонерів (*Иващенко, 2007; Щедрина, 2007*).

Багато дослідників зосереджували увагу на якісному аналізі історичних і національних ідентичностей. Зокрема, на підставі фокусованих групових інтерв'ю здійснено вивчення образів Сходу і Заходу України в суспільній свідомості жителів Донбасу, аналіз просторових образів регіонів України (Донбасу і Галичини) та образ країни загалом у суспільних дискурсах (*Кононов, 2009; Хобта, 2009*). За допомогою лейтмотивних нарративних інтерв'ю вивчались особливості етнічної ідентичності студентської молоді та прогноз ситуації щодо міжетнічної толерантності (*Арутюнова, 2007*). Предметом аналізу були також регіональні особливості історичних ідентичностей і вплив їх на формування сучасних політичних орієнтацій в Україні (*Середа, 2004*); історично специфічний образ міста (Харкова) у суспільних уявленнях і вплив, який він справляє на ідентичності харків'ян (*Мусієздов, 2009*); процес конструювання української ідентичності на основі вивчення образів реклами (*Семихат, 2009*). Різноманітні якісні методи використовували для аналізу повсякденних колективних практик, на підставі яких, зокрема, показано, як участь і перемога української національної збірної у світовому чемпіонаті з футболу вплинули на поширення неформальних масових практик конструювання й прояву української національної ідентичності (*Филіппова, 2006*). На матеріалах листування української і німецької подруг проаналізовано проблеми сприйняття нових культурних зразків, формування нових стереотипів поведінки у повсякденному житті, зміни самоідентичності особистості в період об'єднання Німеччини у 1989–1990 роках (*Кальная, 2009*).

На підставі автобіографічних описів або даних інтерв'ю досліджувались релігійні ідентичності студентської молоді (*Скокова, 2003*), формування релігійних ідентичностей у нових релігійних організаціях (на прикладі неопротестантських груп) (*Миронович, 2009*), шляхи укорінення

релігійної ідентичності через історії воцерковлення православних жінок (Іпатова, 2004), ісламські практики та ідентичності жінок різних поколінь (Сабірова, 2004). Предметом якісних досліджень виступали й різні аспекти конструювання сексуальної ідентичності (Темкіна, 1999; *В поисках сексуальности*, 2002; Роткірх, 1997; Омельченко, 2004; Касянчук, Лещинський, 2008а).

Якісні методи цікаво застосовують у **соціології конфліктів**, зокрема через багатоаспектний аналіз «мови конфлікту» вивчають різноманітні явища повсякденності; через зміни у мові конфлікту фіксують тенденції соціальних змін; виявляють особливості зв'язку повсякденного дискурсу і соціальної пам'яті (Даниленко, 2006; 2007). У дослідженнях соціальних конфліктів використовують експерименти гарфінкелівського типу для отримання наративів, насичених характеристиками мови конфлікту, що розглядаються як маркери ідентичностей (Даниленко, 2009).

Широко застосовують якісні методи у **соціології молоді**, зокрема для аналізу численних молодіжних субкультур (*Молодежная культура*, 2001; *Щепаньская*, 2004; Омельченко, 2004, 2005). На підставі біографічних джерел вивчалися динаміка ціннісних орієнтацій студентської молоді України 1990-х років (*Сокурьянская*, 2000), а також цінності й установки молодих поколінь російського суспільства в теперішній момент і в часовій динаміці (*Отцы и дети*, 2005). Звернення до якісних методів є до речним й у разі опису становлення волонтерського руху, створення соціального портрета волонтера, мотивації волонтерської діяльності (Юрченко, 2004), особливостей уявлень молодих російських і німецьких волонтерів із соціальної роботи про толерантність (*Сикорская*, 2007).

Звернення до якісних методів виправдане в разі вивчення **різноманітних соціальних явищ і процесів**. Наприклад, при дослідженні соціальних нерівностей у здоров'ї петербуржців глибинні інтерв'ю із представниками різних соціально-економічних груп дали змогу всебічно вивчити широке коло чинників, що детермінують статус індивідуального здоров'я (Русинова, Браун, Панова, 2003). Біографічні матеріали були підґрунтям для опису повсякдення радянських людей, зокрема ідеологічних практик примусової публічності, порушення бар'єрів особистого і групового контролю, тощо (*На корме времени*, 2000; *Цветева*, 2000; *Козлова*, 2005). Ефективним було й вивчення особливостей економічної моральності різних груп українського суспільства шляхом аналізу даних фокус-групових дискусій (*Кондратик*, 2009). Метод інтерв'ю використовували також для дослідження сучасного етапу становлення адміністративного судочинства в Україні (*Амджадин, Гончарук, Павличенко*, 2007).

Серед напрямів соціологічних досліджень можна виокремити також збирання **документів особистої й сімейної історії** та опис їх. Серед праць такого жанру — «наївне письмо», тобто невідредаговані автентичні матеріали респондентів (Козлова, Сандомирская, 1996; Козлова, 2005; Илизаров, 2007; *Дорогами семейных историй*, 2002).

Від початку 2000-х років для аналізу минулого і теперішнього суспільства соціологи й антропологи почали активно використовувати **візуальні матеріали й об'єкти** (фото, відео, кіно, живопис, реклама, електронні й друковані ЗМІ). Візуальні методи збагатили методичний арсенал і способи аналізу даних вітчизняних соціологів, спонукавши їх досліджувати, яким чином візуальні репрезентації впливають на соціальні уявлення, спрямовують і оформляють повсякденні соціальні практики людей. Зокрема, шляхом аналізу фотографій весільних урочистостей, життя в дитячому будинку, сімейних альбомів, портретів представників радянської й сучасної інтелігенції висвітлювали соціальні смисли зафіксованих об'єктів й образів повсякденності (*Визуальная антропология*, 2007; Попов, 2007; Мецержкина, 2006). Покладаючи за об'єкт аналізу кінофільми, зокрема радянські кінострічки різноманітних жанрів та історичних періодів, вивчали презентації шкільного життя в різні періоди радянської історії (*Визуальная антропология*, 2007), конструювання образів етнічних «інших» у радянському кінематографі, наприклад образу українця і конструювання української ідентичності (*Семихат*, 2009). Мабуть, найзатребуванішим візуальним об'єктом аналізу є реклама. Серед тем її дослідження назвемо, зокрема, гендерну політику реклами на пострадянському телебаченні (*Суковатая*, 2004), конструювання гендерних ідентичностей засобами реклами (*Бурейчак*, 2007; *Юрчак*, 1997), символічні маркери української конс'юмеристської культури (*Бурейчак*, 2006), тощо. Використовуючи різноманітні культурні продукти — рекламу, теленовини, кінофільми — досліджують соціокультурний контекст сприйняття у повсякденності (*Сорока*, 2003; 2004). За допомогою різноманітних візуальних знаків, що впроваджуються в масову свідомість через рекламу, кіно, фотографії, медіа, досліджено механізм формування нового образу жінки в пострадянському суспільстві (*Женщина и визуальные знаки*, 2000).

Соціологічній інтерпретації піддають й інші візуальні форми — міські графіті, пам'ятники, назви вулиць, музеї, картини народних і професійних митців тощо. Предметом аналізу при цьому виступали соціальні функції асоціальних київських графіті (*Головаха*, 2004), графіті як елемент гомосексуальної культури (*Касянчук, Лециньський*, 2008а),

«еротичні» студентські графіті (*Шумов, 1996*), пам'ятники міста як засіб конструювання історичної пам'яті (*Середа, 2008*). Об'єктом дослідження є також музей як публічний простір конструювання й репрезентації ідентичності; приміром, шляхом вивчення колективних практик створення й функціонування історико-краєзнавчого музею в Дубасарах постулюють конструювання придністровської ідентичності (*Філіппова, 2007*). На прикладі ресторану «Криївка» у Львові проаналізовано механізм комодифікації історичного минулого, пов'язаного із рухом УПА, та вбудовування елементів націоналізму в структури споживання в українському суспільстві (*Демків, 2009*). Увагу приділяють також вивченню знакових аспектів повсякденної практики, тобто тому, в який спосіб повсякденні речі беруть участь у процесі типізації потенційних партнерів по соціальній взаємодії та в оцінюванні бажаності контакту (*Слободянюк, 2006*).

Одним із наймасштабніших якісних дослідницьких проєктів 2000-х років у Росії є «Міжнародна біографічна ініціатива» (див.: *Интернет-ресурси* і публікації: (*Батыгин, 1999; Козлова, 2007; Мазлумянова, 2007*)). Головними завданнями цього проєкту були, по-перше, написання **історії радянської соціології постхрущовського періоду** і, по-друге, створення сайту, присвяченого методології біографічного методу (його автор і науковий керівник Борис Докторов). На сайті розміщено багато статей з даної проблематики, є велика добірка біографій радянських соціологів (у вигляді текстів інтерв'ю), а також інші матеріали (листи, доповідні, протоколи зборів, некрологи). Наявні тут матеріали зібрано дослідниками трьох проєктів: «Російська соціологія 1960-х» (під керівництвом Геннадія Батигіна), «Професійні кар'єри» (під керівництвом Геннадія Батигіна і Лариси Козлової) та «Біографії й історія» (під керівництвом Бориса Докторова).

В Україні також здійснювали аналогічний проєкт, присвячений **історії становлення української соціології** (щоправда, менш масштабний, ніж у Росії). Цей проєкт паралельно реалізовували різні українські дослідники. Володимир Паніотто і Роман Ленчовський у 2006–2008 роках взяли серію інтерв'ю з українськими соціологами в рамках проєкту Київського міжнародного інституту соціології «Обличчя соціології України» (*Ленчовський, 2009*). Олександр Рибщун зібрав колекцію інтерв'ю, що призначалася для його дисертаційної роботи. Варіанти реконструкції історії розвитку української соціології на підставі біографічної інформації описані, зокрема, у монографії, присвяченій творчості і діяльності Вілена Чорноволенка (*Чорноволенко, 2009*), а також у кандидатській дисертації Олександра Рибщуна (*Рибщун, 2009*).

Отже, на сьогодні численні дослідницькі напрями в російській та українській соціології вже охоплені якісними дослідженнями¹. Соціологи продуктивно використовують широкий арсенал якісних методів: вільні та напівструктуровані інтерв'ю, фокус-групи, case-study, включене спостереження, аналіз особистих документів і візуальних матеріалів тощо.

Якісні методи в дослідженнях істориків України

Досвід проведення дослідницьких проєктів, ґрунтованих на біографічних і фокусованих інтерв'ю, письмових і візуальних матеріалах мають не лише російські та українські соціологи, а й історики, соціальні антропологи, етнографи, фольклористи, маркетологи. Так, від початку 1990-х років в Україні активно і плідно розвивається соціально-гуманітарний напрям історичних досліджень, що його називають **усною історією**. За допомогою цього методу першою чергою розробляли тематику, замовчувану офіційною радянською історіографією². Вітчизняні історики здійснили велику роботу зі створення архівів особистих документів і свідчень та розвитку методу усної історії.

Один із наймасштабніших проєктів присвячений історії Голодомору 1932–1933 років. Різними дослідницькими колективами зібрано багаті колекції спогадів очевидців, підготовлено десятки публікацій особистих свідчень про трагічні події колективізації й голодомору (Нолл, 1999; *Український голокост*, 2003, 2004; *Столиця відчаю*, 2006).

Низку досліджень присвячено історії Другої світової війни, зокрема збиранню усних історій очевидців війни (*Спогади*, 2006), явищу суспільного колабораціонізму (на прикладі повсякденного життя Харкова у перші роки окупації) (*Крижний*, 2008), досвіду виживання у гетто (*Смирин*, 2003), історії радянських військовополонених у Німеччині (*Шнеер*, 2003). Кілька великих проєктів присвячено темі використання примусової праці мільйонів українців у фашистській Німеччині. Усні історії й автобіографічні рукописи колишніх підневільних робітників

¹ Докладну бібліографію видань російською мовою з тематики «Якісні методи досліджень у соціальних науках» див.: (*Штейнберг, Шанин, Ковалев, Левинсон*, 2009: 334–345; *Масалков*, 2002), з тематики «Усна жіноча історія: бібліографія по теорії, методології і польовим дослідженням» див.: (*Устная история и биография*, 2004: 258–266). Історію розвитку соціології повсякденності й застосування якісної методології дослідниками харківської соціологічної школи викладено у: (*Ковалева*, 2009).

² Докладніше про дослідницькі проєкти істориків див.: (*Пастушенко*, 2006).

увійшли до збірок «Невигадане. Усні історії остарбайтерів» (*Невигадане*, 2004) і «То була неволя...». Спогади та листи остарбайтерів» (*То була неволя*, 2006).

Чимало досліджень у жанрі усної історії присвячено гендерній тематиці. Зібрані співробітниками жіночого центру «Спадщина» інтерв'ю жінок віком 70–90 років із різних регіонів України, котрі пережили кризові суспільно-політичні ситуації за радянської й пострадянської доби, опубліковано в збірках «Усна жіноча історія. Повернення» (*Усна жіноча історія*, 2003) та «Женская устная история. Гендерные исследования» (*Женская устная история*, 2004; 2005). На матеріалах цього проекту вдосконалюється методологія усної історії (*Кісь*, 2007) і досліджується, зокрема, гендерна ідентичність і конструювання пам'яті кризових моментів історії (*Суковатая*, 2009).

Використовуючи метод усної історії, Інститут історії церкви при Українському католицькому університеті (Львів) від 1992 року реалізує дослідницький і архівно-музейний проект «Образ сили духу: жива історія підпільного життя Української Греко-католицької церкви 1946–1989 рр.» (див.: *Интернет-ресурси*). Зібраний архів містить багату колекцію фотокопій із державних архівних установ, текстів інтерв'ю, фотографій, особистих документів громадян про релігійне життя українських греко-католиків у підпіллі (*Институт історії церкви*, 2002).

Інститут юдаїки від 1998 року працює над проектом «Єврейські долі: Україна — ХХ століття (усні історії та спогади)» (див.: *Интернет-ресурси*). Колекція містить безліч офіційних документів і кілька сотень біографічних інтерв'ю з людьми старшого покоління (1900–1930 року народження) із різних регіонів України, зокрема усні історії жертв Голокосту на теренах колишнього СРСР (*Смирин*, 2003; *Швейбиш*, 1996, *Живими остались*, 1999).

Зазначу, що багато публікацій про голодомор, Другу світову війну, національно-визвольний рух ХХ століття, політичні репресії можна знайти на офіційному сайті Українського інституту національної пам'яті, мета якого — створення електронного архіву національної пам'яті (див.: *Интернет-ресурси*).

Дехто з істориків, соціологів, журналістів збирають різноманітні матеріали, пов'язані з історією помаранчевої революції (*Яневский*, 2005; *Павленко*, *Кульчицький*, 2005). У таких колекціях є агітаційні матеріали, плакати, листівки, речові артефакти про події того періоду. Цій темі присвячено сайт, де можна знайти музику, вірші, пісні, відео, фото й інші матеріали цього історичного періоду (див.: *Интернет-ресурси*). Але

грунтовних публікацій з висвітлення цієї тематики автору знайти не вдалося.

Можна стверджувати, що всі згадані вище проекти українських істориків, зібрані ними усні історії й опубліковані матеріали потенційно є унікальним джерелом інформації для наукових досліджень соціологів, культурологів, соціальних філософів, психологів.

Якісні методи в маркетингових дослідженнях

Крім соціологів та істориків, якісні методи ефективно застосовують маркетологи. Уже від початку 1990-х років маркетингові компанії, стимільовані співпрацею із західними замовниками і дослідниками, використовують різноманітні якісні методи (фокус-групи, поглиблені інтерв'ю, візуальні матеріали, тощо), і разом постійно розширюють і вдосконалюють методичний арсенал. У практиці маркетингу цю методологію використовують для дослідження широкого поля тем — від споживання продукції різних брендів і переваг аудиторій мас-медіа до мотивації електоральної поведінки і вживання наркотичних речовин — однак результати цих досліджень і методичні інновації відомі соціологам недостатньо. На думку експертів, ознайомлення із досвідом маркетологів ускладнене насамперед тим, що результати досліджень зазвичай є власністю замовника, а вдалі методичні розробки становлять конкурентний ресурс маркетингових компаній. Тим не менш, проблеми і досвід використання якісних методів висвітлюють публікації у спеціалізованих часописах «Маркетинг в Україні», «Маркетингові дослідження в Україні», «Маркетинг і реклама». Однак через брак наукових публікацій методичні й теоретичні досягнення маркетологів у царині якісної методології залишаються «невидимими» для широкого кола соціологів.

Включення якісної соціології в систему освіти

Важливу роль в інституціоналізації якісної соціології на пострадянському просторі відіграло включення її до системи освіти на різних рівнях і в різноманітних формах. Відчутний внесок у популяризацію і поширення якісної методології серед широкого кола дослідників постсоціалістичних країн зробили, по-перше, стажування молодих вітчизняних соціологів у дослідницьких центрах Західної Європи і США, де інституціоналізація якісної соціології відбулася раніше; по-друге, проведення соціологічних шкіл з тематики якісних методів. Так, Центр соціологічної освіти при Інституті соціології РАН від 1998 року регулярно проводить навчання за відповідним модулем (див.: *Интернет-ре-*

сурси). Наприклад, 1999 року в роботі однієї з перших Міжнародних літніх шкіл із соціології «Пострадянське суспільство: нові методи дослідження і моделі інтерпретації» брали участь українські соціологи (Вікторія Середа, Катерина Іващенко, Олена Жулькевська, Олена Симончук). У рамках навчальної програми проводили тренінги провідні фахівці з техніки наративного інтерв'ю — німецькі соціологи Габріеле Розенталь і Вольфрам Фішер-Розенталь, а також російські спеціалісти Вікторія Семенова і Олена Мещеркіна.

У Вищій школі соціології при Інституті соціології НАН України від 2003 року викладається модуль з якісних методів (організатор — Любов Лещенко, лектори — Олена Злобіна, Наталія Костенко, Анжела Патракова, Олена Симончук) (див.: *Інтернет-ресурси*). Участь у цих навчальних програмах уже взяли сотні спеціалістів (соціологів-дослідників, аспірантів, викладачів соціологічних дисциплін, маркетологів, представників численних громадських організацій тощо) із різних регіонів України. З ініціативи Вищої школи соціології видано науково-методичний посібник (*Технології*, 2003) і цей навчальний посібник з якісних досліджень в соціології, що його читач тримає в руках.

На початку 2000-х років нова дисципліна була включена до системи вищої освіти України. У цей період спецкурси з якісної методології почали викладати у Київському національному університеті ім. Тараса Шевченка, Києво-Могилянській академії, Харківському університеті ім. В.Н.Каразіна, Львівському університеті ім. І.Франка і Київському національному університеті культури і мистецтв. У цей час були розроблені й опубліковані перші програми навчального курсу з якісної методології (*Середа, Сусак, 2001; Профатилова, 2004; Подшивалкіна, 2004; Скокова, 2006*), розділ до підручника «Соціологія», присвячений якісним методам (*Скокова, 2009*), навчальний посібник із застосування нетрадиційних методів (кіно, відео, фотоматеріалів, біографічних есе) у процесі викладання соціології (*Горбач, Ковалева, Редько, Сорока, 2001; Сорока, 2004*). Зрештою зараз в українських університетах чимало кваліфікаційних бакалаврських і магістерських робіт готують і захищають із використанням якісних методів, до того ж випускники соціологічних факультетів і спеціалізацій мають знання і навички з відповідних досліджень.

Окремим етапом інституціоналізації якісної соціології можна вважати захист кандидатських дисертацій, присвячених як історії, теорії і методології якісних досліджень, так і практичному застосуванню якісної методології у дослідженні широкого кола соціологічних проблем. Пер-

ші публічні захисти з цього профілю відбулися в Україні на початку 2000-х років (Скокова, 1999; Сорока, 1999; Іванкова-Стецюк, 1999; Симончук, 2000; Бондар, 2000), викликаючи часом гострі дискусії щодо побудови вибірки, репрезентативності даних тощо. Утім, тепер використання якісної методології вважається нормативним і повсякденним, свідченням чому є низка захищених останніми роками дисертаційних робіт (Проноза, 2005; Середа, 2006; Бурейчак, 2007; Кондратик, 2009; Миронович, 2009; Юрченко, 2009; ін.).

Одним з важливих етапів інституціоналізації якісної соціології і розширення кола послідовників нової соціологічної перспективи була публікація перекладів монографій і статей західних соціологів, присвячених методології якісних досліджень (з-поміж величезного обсягу публікацій назвемо такі: (Фукс-Хайнриц, 1994; Страус, Корбин, 2001; Квале, 2003; Феннето, 2004; Гири, 2004). Паралельно з'явилися методологічні розробки російських і українських вчених, серед найзначиміших: (Ядов, 1998; Семенова, 1999; Ковалев, Штейнберг, 1999; Белановский, 2001; Ильин, 2006; Троцук, 2006; Штейнберг, Шанин, Ковалев, Левинсон, 2009). Розроблялася також методологія окремих методів: фокус-груп (Белановский, 1997; Дмитриева, 1998), включеного спостереження (Алексеев, 2003; Ватолина, 2006); візуальних методів (Штомпка, 2007). Здійснено розроблення комп'ютерних програм для введення, сортування і кодування даних якісних досліджень, зокрема стенограм фокус-груп і глибинних інтерв'ю (Горбачик, 2006). До речі, з книжки Андрія Здравомислова і Володимира Ядова «Человек и его работа в СССР и после» можна дізнатися про те, як методи інтерв'ю і включеного спостереження використовувалися у польових дослідженнях радянських соціологів (*Человек и его работа*, 2003).

Перспективи подальшої інституціоналізації якісної соціології в Україні

Отже, якісна соціологія вже пройшла у пострадянських країнах кілька необхідних етапів інституціоналізації у якості окремої дисципліни — проведено багато соціологічних досліджень із використанням якісної методології, видано спеціалізовані підручники і монографії, включено її й до системи освіти, здійснено захист чималої низки дисертацій з даної тематики тощо. Якісна методологія визнана українськими дослідниками як ефективний інструментарій для вивчення широкого кола соціальних феноменів і процесів, попри те, що залишається дискусійною низка важливих методологічних питань, зокрема правила побудови вибірки, стра-

тегії аналізу й інтерпретації даних, питання репрезентативності даних тощо. На думку автора лекції й експертів, для завершення інституціоналізації цієї дисципліни в українській соціології її послідовникам необхідно пройти ще кілька етапів. Обговоримо найважливіші з них.

У вітчизняній соціології прихильники гуманістичної перспективи та якісних методів поки не об'єднані у профільні формальні організації. Так, у складі Соціологічної асоціації України немає секції з якісної соціології; відсутні також професійні асоціації відповідного профілю, зорганізовані соціологами. Звісно, соціологи є членами низки профільних асоціацій інших суспільствознавців, наприклад «Української асоціації усної історії» (див.: *Пастушенко, 2006*) та «Української асоціації маркетингу». Цілком очевидно, що міждисциплінарний характер якісних досліджень та універсальність якісних методів диктують й міждисциплінарний характер професійних асоціацій та архівів даних, тож приєднання до формальних об'єднань, що вже створені й активно розвиваються, повною мірою закономірне і природне. Однак експерти вважають, що назріла необхідність ініціювати створення специфічної соціологічної асоціації, мета якої полягала би в об'єднанні дослідників, які поділяють принципи якісної методології і мають досвід якісних досліджень, а також у забезпеченні обміну інформаційними ресурсами, розвитку освіти тощо. Питання щодо створення такої асоціації стоїть на порядку денному.

Одним зі шляхів зміцнення позицій якісної соціології в Україні можуть виявитися тематичні круглі столи і конференції, яких дотепер вітчизняними соціологами було ініційовано мало. Лідерами тут є, мабуть, історики, котрі здійснюють масштабні проекти (описані вище) й ініціюють міжнародні конференції і семінари з тематики усної історії, наприклад «Життєві історії: методи і соціокультурні реалії» (Київ, 2000), «Усна історія: особливості та перспективи розвитку в Україні» (Донецьк, 2005) «Усна історія: теорія та практика застосування» (Переяслав-Хмельницький, 2006), «Усна історія і дослідження соціокультурних трансформацій: минуле заради майбутнього» (Львів, 2006), «Усна історія в сучасних соціально-гуманітарних студіях: теорія і практика досліджень» (Харків, 2006). Навіть на I Конгресі Соціологічної асоціації України (Харків, 2009), де було представлено багато доповідей за результатами якісних досліджень, спеціальної секції з відповідної тематики не було. Очевидно, що ініціювання наукових дискусій та особистих контактів дослідників під час наукових конференцій є необхідною складовою розвитку якісного напрямку української соціології.

Перспективним кроком для розвитку вітчизняної якісної соціології було б створення українського **Архіву даних якісних досліджень**. Його складовими можуть бути, по-перше, різноманітні за жанром первинні дані, які слугували емпіричною базою певних якісних досліджень, наприклад: документи особистого походження (автобіографії, біографії, спогади, генеалогії, щоденники, листи, фото, аудіо і відеоматеріали, тощо), стенограми фокус-груп, записи включеного спостереження, диктофонні записи чи транскрипти інтерв'ю з найрізноманітніших тем, відкриті для повторного аналізу. По-друге, Архів може включати публікації науковців з аналізу та інтерпретації якісних даних різного типу і тематики, і, по-третє, методологічний розділ. Ідеально, якби такий архів та опис його матеріалів перебували у відкритому Інтернет-доступі, у вигляді електронної бази даних. Для цього актуальним є створення спеціалізованого сайту, що включатиме Архів і сприятиме контактам між зацікавленими користувачами. Тут можна передбачити різноманітні рубрики, а саме: імена соціологів, які проводили якісні дослідження, і їх контактна інформація; перелік реалізованих проєктів із зазначенням автора проєкту, його тематики, термінів проведення, застосованих методів, основних результатів; тексти виданих друком статей або неопублікованих звітів з якісних досліджень; публікації з методології. Кожен бажаючий міг би розміщувати інформацію стосовно проєкту, котрий ним вже реалізований або знаходиться у процесі розробки, знаходити однодумців або рецензентів, ділитися досягненнями, обмінюватися досвідом, запрошувати на наукові зустрічі, тощо. На думку експертів, щоб український Архів і відповідний сайт перетворилися на реальність, необхідні ентузіасти і гранти для створення й підтримки цих ресурсів. Такий сайт міг би послугувати на користь об'єднання соціологів-якісників, які працюють у різних соціологічних центрах і в різних регіонах України. Ідея створення Архіву даних якісних досліджень і його концепція може стати предметом обговорення під час проведення круглого столу або конференції.

До створення архівів різноманітних особистих документів вдаються зараз і професіонали, і аматори. В Україні таку мету у своїй діяльності реалізують державні Архіви України (до речі, подібні архіви є в кожній країні), Інститут національної пам'яті, Інститут юдаїки, Інститут історії церкви та інші організації (див.: *Інтернет-ресурси*). У Росії біографічні дані збирає Міжнародне історико-просвітницьке товариство «Меморіал», метою якого є збереження пам'яті щодо політичних репресій ра-

дянської доби¹; Центр документації «Народний архів» (Москва), який зараз є складовою Російського державного архіву новітньої історії (стосовно історії цього центру див.: *Козлова, 2001; Илизаров, 2007*)), Біографічний фонд при Соціологічному інституті РАН (Санкт-Петербург) (див.: *Божков, Дивисенко, 2007*)), Науковий архів (історико-соціологічний) Інституту соціології РАН (див.: *Интернет-ресурси*). Багаті колекції відповідного призначення мають також Історичні архіви європейських спільнот (див.: *Интернет-ресурси*). Названі центри спеціалізуються на збиранні джерел та інформації, що відображають індивідуальне життя пересічних людей. У цих архівах можна зустріти практично всі види документів як державного діловодства, так й особистого походження, що охоплюють тривалий хронологічний період. Це різноманітні за жанром біографічні матеріали — автобіографії, біографії, біографічні інтерв'ю, спогади, генеалогії, щоденники, листи, сімейні хроніки, фотографії, відео і кінострічки, аудіозаписи, малюнки, нотатки, художні й наукові твори тощо. Ідею створення “Народного архіву” в Україні ініціювала свого часу видатний український соціолог Ірина Марківна Попова, яка брала активну участь в роботі громадської організації “Одеський меморіал”, використовувала джерела якісного і кількісного характеру для вивчення “повсякденних ідеологій” (*Попова, 2000; 2006*). Але на жаль до сьогодні ці ідеї зостаються не реалізованими.

Крім того, потенційно невичерпним джерелом первинної інформації для соціолога є Інтернет, де на особистих сайтах користувачів і офіційних сайтах численних організацій міститься сила-силенна тематичних досьє (інтерв'ю, особисті документи, фотографії тощо). Багаті колекції якісних даних усіх згаданих вище архівів поки що мало затребувані соціологами, хоча потенційно вони є джерелом різноманітних проблематизацій у рамках широкого кола дослідницьких інтересів і теоретичних підходів; до того ж матеріали архівів можуть бути ефективно застосовані у навчальному процесі.

Безумовно, багатий емпіричний матеріал для соціологів і цінний організаційний і методичний досвід може надати проведення всеукраїнських конкурсів біографій, подібних до тих, що реалізуються в європейських країнах, наприклад у Польщі та Великій Британії (стосовно тематичних конкурсів біографій див.: *Скокова, 2004*). Досвід проведення таких конкурсів уже мають російські колеги. Так, Біографічний фонд

¹ Значну за обсягом бібліографію видань громадської організації «Меморіал» див.: (<http://www.memo.ru/about/biblio/spisok/all.htm>).

Соціологічного інституту РАН (Санкт-Петербург) від 1993 року періодично проводить тематичні конкурси біографій (див.: *Интернет-ресурси*). Скажімо, наукова мета конкурсу біографій з теми «Жити за доби змін», проведеного серед жителів Санкт-Петербурга, полягала у вивченні стратегій адаптації росіян до змін, що відбувалися 1990-ми роками, та їхніх оцінок цього процесу (*Цветаева, 2000*), а тема конкурсу, організованого у 2009 році конкурсу, «Я — Петербуржець». Автору лекції й експертам не відомо про подібні конкурсні проекти в Україні. Цікавими темами конкурсу могли б бути, зокрема, сучасні історії трудових мігрантів, радянські та сучасні траєкторії трудової кар'єри, історії життєвого успіху або критичних періодів життя (наприклад, стратегії переживання економічної кризи 2008 року), моделі сприйняття нерівності, історія помаранчевої революції, досвід участі в якій був значимою подією в житті багатьох українців, тощо.

Нагромаджуваний у вітчизняних дослідників досвід роботи з особистими документами, біографічними інтерв'ю, включеними спостереженнями унеобхіднив порушення питання про етику проведення якісних досліджень (*Веселкова, 2000; Пастушенко, 2006; Штейнберг, Шанин, Ковалев, Левинсон, 2009*). Актуальність обговорення проблем дослідницької етики дедалі зростає.

Факт, що процес інституціоналізації якісної соціології іще не завершився, підтверджується й тим, що її послідовники досі не визначили для себе чітку «номінацію», що свідчить про проблему самоідентифікації. Деякі російські послідовники якісної соціології ідентифікують себе як «соціологів-якісників» (див., зокрема: (*Семенова, 1999*)). Зазначу, що дискутується навіть визначення «якісна» стосовно методології, соціології, дослідження, перспективи тощо, оскільки цей прикметник має дво-значний смисл у дихотомічних парах: «якісне — кількісне» та «якісне — неякісне». Щоб уникнути цієї двозначності, намагаються знайти інше визначення, використовуючи прикметники «гуманістична», «інтерпретативна», «розуміюча», «суб'єктивна» тощо.

Отже, якісна соціологія вже стала в Україні популярною дослідницькою перспективою, котра має чимало прихильників і набула статусу повноцінної наукової дисципліни. Історія її інституціоналізації, реконструйована автором пропонованої лекції із застосуванням експертних інтерв'ю, є історією виникнення у вітчизняній соціології методологічного плюралізму й гуманістичної перспективи, які вельми обачливо торували собі шлях у просторі вітчизняних соціогуманітарних досліджень. Черговими кроками, необхідними для завершення інституціоналізації, можна

вважати такі: створення спеціалізованих професійних асоціацій, проведення конференцій і круглих столів, започаткування Архіву даних якісних досліджень, вдосконалення навчальних програм і підготовку вітчизняного підручника з якісних методів, тощо. У світлі ідей Пітера Штомпки щодо нового повороту в соціологічній теорії і методології, а саме фокусуванні уваги на повсякденному житті й використанні для його вивчення «его-документів», спостережень і візуальних даних, зусилля українських дослідників з розвитку якісної соціології є вельми актуальними (Штомпка, 2009).



Література

1. *Алексеев А.Н.* Драматическая социология и социологическая ауторефлексия. — СПб.: Норма, 2003. — Т. 1; 2005. — Т. 3.
2. *Альчук А.* Метаморфозы образа женщины в русской рекламе // Феномен пола в культуре. — М., 1998. — С. 187–191.
3. *Амджадин Л.М., Вишняк О.І., Привалов Ю.О.* Політична та фінансова роль бізнесу в парламентських виборах в Україні 2002 року: спроба соціального діалогу. — К.: СтилоС, 2003.
4. *Амджадин Л., Гончарук О., Павличенко П.* Розбудова системи адміністративного судочинства в Україні: проблеми та потреби розвитку (за даними соціологічного дослідження) / За наук. ред. Ю.Привалова, Ю.Саянєнка. — К.: Прецедент, 2006.
5. *Артёмов П.М.* Стратегії конструювання маскуліності в угрупованнях футбольних хуліганів // Методологія, теорія і практика соціологічного дослідження сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Х.: Вид. центр ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. — Т. 2. — С. 324–328.
6. *Арутюнова Е.* Идентичность и толерантность в студенческой среде московских гуманитарных вузов // Национально-гражданские идентичности и толерантность: опыт России и Украины в период трансформации / Под ред. Л.Дробижевой, Е.Головахи. — К.: Институт социологии НАНУ; Институт социологии РАН, 2007. — С. 104–114.
7. *Бабенко С.С.* Структурна трансформація й успішні практики повсякдення: Глокалізація на сільський манер (за результатами досліджень у Криму) // Вісник Львівського нац. унів-ту ім. І.Франка. — Сер.: Соціологія. — 2008. — Вип. 2. — С. 58–72.
8. *Бабенко С., Николко М.* Между традицией и постмодерном: Глокализация в повседневности крымской деревни // Сельские метаморфозы: Сб. статей / Под ред. А.А.Касьяновой. — Краснодар: ИД «Дедкофф», 2008. — С. 133–152.

9. Базове дослідження Волинської (Сумської, Дніпропетровської, ін.) області / Канадсько-українська Програма реформування та модернізації сільськогосподарського сектору України. — К.: Програма FARM, 2004.
10. *Батыгин Г.С.* Российская социология 60-х годов в воспоминаниях и документах. — СПб.: Изд-во РГХИ, 1999.
11. *Белановский С.А.* Глубокое интервью. — М.: Никколо-Медиа, 2001.
12. *Белановский С.А.* Метод фокус-груп. — М.: Никколо-Медиа, 1996.
13. *Берто Д.* Трансмиссии социального статуса в экстремальной ситуации // Судьбы людей: Россия. XX век. / Под ред. В.Семеново́й, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996. — С. 207–239.
14. *Берто Д., Малышева М.* Культурная модель русских народных масс и вынужденный переход к рынку // Биографический метод в социологии: история, методология и практика. — М.: Ин-т социологии РАН, 1994. — С. 94–146.
15. Биографический метод в социологии: теория, методика, практика / Под ред. Е.Ю.Мещеркиной, В.В.Семеново́й. — М.: Ин-т социологии РАН, 1994.
16. *Божков О.Б., Дивисенко К.С.* Электронная база данных Биографического фонда // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2007. — № 3. — С. 60–62.
17. *Бондар В.С.* Вимір та зміна соціальної позиції молоддю великого міста : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.03 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2000.
18. *Бурейчак Т.* Козак як гендерно-національний маркер української конс'юмеристської культури // Методологія, теорія і практика соціологічного дослідження сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Х.: Вид. центр ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. — Т. 2. — С. 241–247.
19. *Бурейчак Т.С.* Конструювання гендерних ідентичностей в дискурсах реклами : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2007.
20. *Ватолина Ю.* Метод наблюдения в социологии. — СПб.: Изд-во СПб-го ун-та, 2006.
21. *Веселкова Н.В.* Об этике исследования // Социологический журнал. — 2000. — № 8. — С. 109–114.
22. Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность : Сб. науч. ст. / Под ред. Е.Р.Ярской-Смирновой, П.В.Романова, В.Л.Круткина. — Саратов: Научная книга, 2007.
23. *Виноградский В.Г.* Российский крестьянский двор: социологический преданализ // Социологические исследования. — 2006. — № 7. — С. 54–60.

24. В поисках сексуальности / Под ред Е.А.Здравомысловой, А.А.Темкиной. — СПб.: Д.Буланин, 2002.
25. *Вышемирская И.* ВИЧ-активизм как стратегия выживания: исследование случая // Невидимые грани социальной реальности / Под ред. В.Воронкова, О.Паченкова, Е.Чикадзе. — СПб.: ЦНСИ, 2001. — Труды. Вып. 9. — С. 49–62.
26. Гендерное измерение социальной и политической активности в переходный период: Сб. научных статей / Под ред Е.А.Здравомысловой, А.А.Темкиной. — СПб.: ЦНСИ, 1996.
27. *Герасимова К.* Вербализация сексуальности: разговоры о сексе с партнером // Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ. — СПб.: ЦНСИ, 1997. — С. 104–110.
28. *Гириц К.* Интерпретация культуры. — М.: РОССПЭН, 2004.
29. *Головаха І.* Соціальне значення асоціальних графіті (Побутовання та функції сучасних київських графіті) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 2. — С. 64–77.
30. *Голод С.И.* Социология сексуальности: Современное состояние и тенденции // Социология молодежи / Под ред. В.Т.Лисовского. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. — С. 231–239.
31. Голоса крестьян: Сельская Россия XX века в крестьянских мемуарах / Под ред. Т.Шанина. — М.: Аспект-Пресс, 1996.
32. *Горбач А.Н., Ковалева И.Д., Редько О.А., Сорока Ю.Г.* Нетрадиционные методы преподавания социологии // http://www.sociology.kharkov.ua/rus/net_met_1.php. — Х., 2001.
33. *Горбачик А.* Комп'ютерне опрацювання текстів у якісних і кількісних соціологічних дослідженнях // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 124–133.
34. *Готлиб А.С.* Социально-экономическая адаптация россиян: опыт сочетания качественной и количественной методологии в одном исследовании // Социология: 4М. — 2000. — № 12. — С. 5–24.
35. *Голофаст В.* Повседневность в социокультурных изменениях (размышления читателя автобиографий и биографических интервью) // ИНТЕР. — 2002. — № 1. — С. 67–74.
36. *Гуренко Е.Н.* Два года «встроенного наблюдения» // Социологические исследования. — 1990. — № 5. — С. 125–129.
37. *Даниленко О.* Роль якісних методів у дослідженні соціальних конфліктів // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 1. — С. 110–123.
38. *Даниленко О.* Язык конфликта в трансформирующемся обществе: от конструирования истории к формированию социокультурных идентичностей. — Вильнюс: ЕГУ, 2007.

39. Даниленко О.А. Лингвоконфликтологические эксперименты гарфинкелевского рода в социологии ретроспективе // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 183–186.
40. Демків О.Б. Конструювання фреймів у комодифікації історичного минулого // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 499–504.
41. Дікова-Фаворська О.М. Громадська діяльність осіб з функціональними обмеженнями здоров'я як форма самореалізації // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 554–560.
42. Дилігенський Г.Г. Люди среднего класса. — М.: Ин-т Фонда “Общественное мнение”, 2002.
43. Дитяча праця в неформальному секторі економіки України / Під ред. Ю.Привалова. — К.: Компанія ЛІК, 2009.
44. Долгих Е. Миграционные процессы сквозь призму индивидуального жизненного опыта // *Судьбы людей: Россия. XX век.* / Под ред. В.Семенов, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996. — С. 355–372.
45. Дорогами семейных историй / И.Дышлевой, Д.Ковалев (et al.); Под ред. Т.Ричардсон. — Одесса: Астропринт, 2002.
46. Женская устная история. Гендерные исследования / Сост. А.Пето. — Б.: ОФ «Центр издательского развития», 2004; 2005.
47. Женщина и визуальные знаки / Под ред. А.Альчук. — М.: Идея-пресс, 2000.
48. Живыми остались только мы. Свидетельства и документы / Ред. и сост. Б.Забарко. — К.: Задруга (библиотека Института иудаики), 1999.
49. Жидкова Е. Безработный, «не подходящий по возрасту» // *Рубеж.* — 2001. — № 16–17. — С. 66–86.
50. Журавлев В. История жизни бомжа // *Судьбы людей: Россия. XX век.* / Под ред. В.Семенов, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996.
51. Запобігання торгівлі дітьми з метою їх використання для примусової праці та сексуальної експлуатації в Україні. — К.: МОП ІПЕК Україна, 2003.
52. Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. Анализ биографического нарративного интервью в исследовании идентичности // *Социальная идентичность: способы концептуализации и измерения* / Под ред. О.А.Оберемко, Л.Н.Ожиговой. — Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2004. — С. 200–222.

53. *Іванкова-Стецюк О.Б.* Народна культура в житті сучасного українського суспільства : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.03 / Л.: Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка, 1999.
54. *Іващенко Е.* «Профессия сильного человека» в период перемен: парадоксы современной идентичности украинской милиции // Национально-гражданские идентичности и толерантность: опыт России и Украины в период трансформации / Под ред. Л.Дробижевой, Е.Головахи. — К.: Институт социологии НАНУ; Институт социологии РАН, 2007. — С. 186–201.
55. *Ільїн В.І.* Власть и уголь: шахтерское движение Воркуты (1989–1998 годы). — Сыктывкар: Сыктывкарский ун-т, 1998.
56. *Ільїн В.* Город-концлагерь: социальная стратификация гулаговской Воркуты (1930–1950-е годы) // Стратификация в России: история и современность / Отв. ред. Ю.М.Рапопорт. — Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 1999. — С. 44–70.
57. *Ільїн В.І.* Драматургия качественного полевого исследования. — М.: Интерсоцис, 2006.
58. *Ілизаров Б.С.* И Слово воскрешает... или “Прецедент Лазаря”. 25 тезисов и развернутое дополнение к светской теории воскрешения. По материалам Народного архива. — М.; СПб.: Летний сад, 2007.
59. *Іпатов Л.* Православные женщины: пути воцерковления // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004. — С. 153–189.
60. Інститут Історії Церкви. 1992–2002. — Львів, 2002.
61. *Ісакова Н., Кавуненко Л., Велтер Ф., Смоллоун Д.* Підприємці-жінки в Україні: шлях у бізнес // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2004. — № 2. — С. 146–155.
62. *Кальная Н.Г.* Трансформація повсякденності у період возз'єднання Німеччини (за матеріалами листування із жителькою НДР) // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 505–510.
63. *Касянчук М.Г., Лециньський Є.Б.* Аналіз ідентичностей чоловіків, які мають секс із чоловіками, в українському суспільстві // Український соціум. — 2008. — № 3 (26). — С. 17–29.
64. *Касянчук М.Г., Лециньський Є.Б.* Графіті як елемент гомосексуальної субкультури // Особистість і мегаполіс: Антропологічний аспект. — Донецьк: ДІСО, 2008. — С.131–137.
65. *Квале С.* Исследовательское интервью. — М.: Смысл, 2003.
66. *Киблицкая М.* Исповеди одиноких матерей. — М.: Эслан, 1999.

67. *Кісь О.* Усна історія: становлення, проблематика, методологічні засади // Україна модерна. — 2007. — № 11.
68. *Климова С.Г., Щербакова И.В.* «Челночество» и государство: этапы эволюции интересов // Россия реформирующаяся. Ежегодник / Отв. ред. М.К.Горшков. — Вып. 7. — М.: Ин-т социологии РАН, 2008. — С.389–405.
69. *Ковалев Е.М., Штейнберг И.Е.* Качественные методы в полевых социологических исследованиях. — М.: Логос, 1999.
70. *Ковалева И.Д.* Повседневность как предмет социологической рефлексии // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 76–80.
71. *Козина И.* Особенности стратегии case-study при изучении производственных отношений на промышленных предприятиях России // Социология: 4М. — 1995. — № 5–6. — С. 65–90.
72. *Козина И.М.* Поведение на рынке труда: анализ трудовых биографий // Социологические исследования. — 1997. — № 4. — С. 55–64.
73. *Козлова Л.А.* Биографическое исследование российской социологии // Социологический журнал. — 2007. — № 2. — С. 59–87.
74. *Козлова Н.* Советский архив: чтение и переписывание // Журнал Индекс/ Досье на цензуру. — 2001. — № 14. — (<http://www.index.org.ru/journal/14/kozlova1401.html>)
75. *Козлова Н.Н.* Методология анализа человеческих документов // Социологические исследования. — 2004. — № 1. — С. 14–26.
76. *Козлова Н.* Советские люди: Сцены из истории. — М.: Европа, 2005.
77. *Козлова Н.Н., Сандомирская И.И.* «Я так хочу назвать кино». «Наивное письмо»: опыт лингво-социологического чтения. — М.: Гнозис-Русское феноменологическое общество, 1996.
78. *Кондратик Л.М.* Економічна моральність сучасного українського суспільства : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2009.
79. *Кононов И.Ф., Кононова Н.Б., Денщик В.Н.* Кризис и самоорганизация. Шахтерские города и поселки Донбасса в период реструктуризации угольной промышленности: социальные и экологические измерения. — Луганск: Альма матер, 2001.
80. *Кононов И.Ф.* Донбас и Галичина в зеркалах региональных сознаний (по материалам фокусированных групповых интервью) // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 456–463.

81. Конструирование этничности / Под ред. В.Воронкова, И.Освальд. — СПб.: Изд-во «Дмитрий Буланин», 1998.
82. *Крижний С.* Повсякдення перших місяців (осінь 1941 — весна 1942 років) окупації Харкова в усних свідченнях і біографічних документах (у контексті соціологічного вивчення явища громадянського колабораціонізму) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2008. — № 2. — С. 118–140.
83. *Кристл И.* Как стать диссидентом // Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / Под ред. В.Воронкова, Е.Здравомысловой. — СПб.: ЦНСИ, 1997. — Труды. — Вып. 5.
84. Крутой пласт. Шахтерская жизнь на фоне реструктуризации отрасли и общероссийских перемен / Под ред. Л.Гордона, Э.Клопова, И.Кожуховского. — М.: Комплекс-Прогресс, 1999.
85. *Кудрявцева М.* Драматургия попрошайничества // Невидимые грани социальной реальности / Под ред. В.Воронкова, О.Паченкова, Е.Чикадзе. — СПб.: ЦНСИ, 2001. — Труды. Вып. 9. — С. 37–48.
86. *Кудрявцева М.* Нищие вчера и сегодня // Нищенство. Ретроспектива проблемы. Из серии “Нравы России” / Сост. Б.П.Миловидов. — СПб.: Крига, 2004. — С. 6–17.
87. *Кузнецов И.* Вариативность идентификации мигрантов в российских локальных социумах // Национально-гражданские идентичности и толерантность: опыт России и Украины в период трансформации / Под ред. Л.Дробижевой, Е.Головахи. — К.: Институт социологии НАНУ; Институт социологии РАН, 2007. — С. 143–158.
88. *Курманова Г.У., Башмакова Л.Н., Бутенко Е.Н.* Работники коммерческого сектора // Социологические исследования. — 2000. — № 5. — С. 51–59.
89. *Ленчовський Р.* Інтерв'ю про В.П.Чорноволенка (інтерв'ю із В.Паніотто і В.Хмельком) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2009. — № 1. — С. 7–31.
90. *Лобнер Н.* Проблема бедности молодежи и ее исследование через участие // Вестник Харьковского нац. университета им. В.Н.Каразина. — Сер. «Социологические исследования современного общества». — Х.: ХНУ им. В.Н.Каразина, 2007.
91. *Лагунова Е.* Женская биография: образование как судьбоносный фактор // Образованный класс: история, структура, современные особенности / Под ред. В.Голофаства. — СПб., 1997. — С. 55–62.
92. *Маздунянова Н.Я.* Биографические интервью с российскими социологами: методико-методологический аспект // Социологический журнал. — 2007. — № 2. — С. 88–108.

93. *Масалков И.* Ресурсы по качественным исследованиям в Интернете // ИНТЕР. — 2002. — № 1. — С. 107–108.
94. *Меренков А.В., Никитина М.Н.* Социальный портрет современной проститутки // Социологические исследования. — 2000. — № 5. — С. 47–51.
95. *Мертон Р., Фиске М., Кендалл П.* Фокусированное интервью / Под ред. С.А.Белановского. — М.: Ин-т молодежи, 1991.
96. *Мещеркина Е.Ю.* Личностный опыт перемены профессиональных занятий // Россия: трансформирующееся общество. — М.: Институт социологии РАН, 2001. — С. 449–462.
97. *Мещеркина Е.* Качественные методы в гендерной социологии // Гендерный калейдоскоп: Курс лекций / Под общ. ред. М.Малышевой. — М.: Academia, 2002. — С. 169–187.
98. *Мещеркина Е.* Социологическая концептуализации маскулинности. — Социологические исследования. — 2002. — № 11. — С. 15–25.
99. *Мещеркина Е.* Контекст и структурирование женской трудовой судьбы на заводе // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004а. — С. 132–152.
100. *Мещеркина Е.* Структура женской биографии в отличие от мужской // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004б. — С. 221–253.
101. *Миронович Д.* Головні тенденції та специфіка розвитку новітніх релігійних організацій в Україні (на прикладі неопротестантських груп) : Автореф. Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2009.
102. Молодежная культура и ценности будущего / Отв. ред. А.Г.Козлова, М.С.Гаврилова. — СПб.: Verba Magistri, 2001.
103. *Мусиездов А.А.* Идентичность города: динамика образа Харькова в исторической ретроспективе // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 488–494.
104. На корме времени. Интервью с ленинградцами 1930-х годов / Под ред. М.Витухновской. — СПб.: Нева, 2000.
105. Невгадане. Усні історії остарбайтерів / Авт., упоряд., ред. Г.Г.Грінченко. — Х.: Райдер, 2004.
106. *Никитина О.* Экзистенциальный выбор современной женщины между материнством и профессией: женские нарративы о профессиональном пути // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост.

- Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004. — С. 91–132.
107. *Новикова С.С.* Социология: история, основы, институционализация в России. — М.: Московский психолого-социальный ин-т; Воронеж: Модэк, 2000.
108. *Новикова Э., Карева Н.* История становления женского самосознания: ключевые фигуры движения за права женщин // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004. — С. 39–89.
109. *Нолл В.* Трансформація громадянського суспільства. Усна історія української селянської культури 1920–1930-х років. — К.: Центр досліджень усної історії і культури «Родовід», 1999.
110. *Ньютсон Р.* Жебратство в Києві // Соціальна політика і соціальна робота. — 1997. — № 2–3.
111. Обзор работы с потребителями инъекционных наркотиков в Украине в контексте борьбы с эпидемией ВИЛ/СНІД. — К.: Центр соціальних експертиз ІС НАНУ, 2005.
112. *Омельченко Е.* Субкультуры и культурные стратегии на молодежной сцене конца XX века: кто кого? // Неприкосновенный запас. — 2004. — № 36. — С. 53–60.
113. *Омельченко Е.* Размытое начало: гомодебют в контексте сексуального сценария // ИНТЕР. — 2004. — № 2/3. — С. 74–86.
114. *Омельченко Е.* Нормальная молодежь: Пиво, тусовка, наркотики; Приложение: Посторонним вход не воспрещен: Нарративы, дневники, артефакты... аутентичные свидетельства за и против «нормализации» / Под ред. Е.Омельченко. — Ульяновск: Изд-во Ульяновск. гос. ун-та, 2005.
115. Отцы и дети: Поколенческий анализ современной России / Сост. Ю.Левада, Т.Шанин. — М.: Новое литературное обозрение, 2005.
116. *Павленко Ю.В., Кульчицкий С.* Помаранчева революція. — К.: Генеза, 2005.
117. *Пастушенко Т.* Створення Української Асоціації усної історії. — (http://keui.univer.kharkov.ua/oral_history/pastushenko.html).
118. Повседневность середины 90-х годов глазами петербуржцев / Под ред. И.Травина, Ю.Симпура. — СПб.: Европейский дом, 1999.
119. *Подшивалкіна В.* Авторська програма спецкурсу «Біографічний метод та особливості його використання в психології» // Психологія і суспільство. — 2004. — № 3. — С. 126–128.
120. *Подшивалкіна В.* З приводу застосування якісних методів у соціології, або Який досвід ми вивчаємо? // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2008. — № 4. — С. 197–206.

121. *Позднякова М. Е.* Механизм приобщения к наркотикам // Наркомания как форма девиантного поведения. — М.: Ин-т социологии РАН, 1997. — С. 5–12.
122. *Попов Д.* Российская интеллигенция в фотографиях: виртуальный мир вчера и сегодня // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: Сб. науч. ст. / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. — Саратов: Научная книга, 2007. — С. 326–348.
123. *Попова И.М.* Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают. — К.: Институт социологии НАНУ, 2000.
124. *Попова И.М.* 1989–1991. Диагноз времени (Одесситы о себе и переменах в обществе): Историко-социологические очерки. — Одесса: Астропринт, 2006.
125. *Попова И.П.* Профессиональный статус специалистов в меняющемся российском обществе. — М.: Наука, 2004.
126. *Попова И.П.* Специалисты депрессивных предприятий: стратегии поддержания профессионального статуса (по материалам биографических интервью) // Социологический журнал. — 2008. — № 1. — С. 84–99.
127. *Попова И.П., Бессокирная Г.П.* Изменилась ли мотивация труда рабочих в 1990-е годы // Мир России. — 2005. — № 4. — С. 105–137.
128. *Проноза А.В.* Солдатские рифмы — характерный элемент армейской субкультуры // Социологические исследования. — 1999. — № 9. — С. 129–132.
129. *Проноза О.В.* Географічний чинник у субкультурі військовослужбовців строкової служби (на прикладі впливу природи Криму) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2000. — № 2. — С. 91–98.
130. *Проноза А.В.* «Дедовщина» как социально-культурное явление: механизмы и формы воспроизводства : Дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.03 / К.: НАН Украины; Институт социологии, 2005.
131. *Профатилова Л.Г.* Методическое пособие по курсу «Качественные методы в социологических исследованиях» для студентов. — Х.: Изд. центр ХНУ им. В.Н.Каразина, 2004.
132. *Профатилова Л.Г.* Возможности использования нарративного анализа в современном политическом дискурсе // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2009. — С. 488–494.
133. *Профессии.doc.* Социальные трансформации профессионализма: взгляды снаружи, взгляды изнутри / Под ред. Е.Ярской-Смирновой, П.Романова. — М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2007.
134. *Расскажи свою историю* / Под ред. М.Дмитриевой, В.Соколова. — СПб.: «На дне», 1999.

135. *Рибциун О.В.* Українська соціологія: традиції, чинники, орієнтири розвитку (60-ті рр. XX — поч. XXI ст.) : Автореф. дис. ... канд. соціол. наук. — К.: Ін-т соціології, 2009.
136. Российская элита: опыт социологического анализа. Часть 2. Лидеры бизнеса о себе и об обществе / По ред. Бабаевой Л.В., Чириковой А.Е. — М.: Наука, 1996.
137. *Роткирх А.* Сексуальные биографии женщин двух поколений // Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ. — СПб.: ЦНСИ, 1997. — С. 93–99.
138. *Русинова Н.Л., Браун Дж.В., Панова Л.В.* Социальные неравенства в здоровье петербуржцев в первом постсоветском десятилетии // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2003. — Т. 6. — С. 331–368.
139. *Рюль В.О.* Застосування методу case-study у роботі з дітьми вулиці // Наукові студії Львівського соціологічного форуму «Багатовимірні простори сучасних соціальних змін» : Зб. наук. праць. — Л., 2008. — С.244–249.
140. *Сабирова Г.* Как стать и остаться мусульманкой: опыт разных поколений // Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004. — С. 191–220.
141. *Сандомирская И.* Родина в советских и постсоветских дискурсивных практиках // ИНТЕР. — 2004. — № 2/3. — С. 16–26.
142. *Свеженцева Ю.А.* Социокультурные аспекты приобщения к наркотикам: качественный анализ проблемы // Молодёжь и наркотики (социология наркотизма) / Под ред. В.А.Соболева, И.П.Рущенко. — Х.: Торсинг, 2000. — С. 84–129.
143. *Семенова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. — М.: Добросвет, 1999.
144. *Семенова В.* Путь в предпринимательство: жизненные истории молодого поколения // Судьбы людей: Россия. XX век. / Под ред. В.Семеновой, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996. — С. 390–411.
145. *Семихат Е.И.* Медиаобраз украинца: опыт социологического исследования советского кино // Наукові студії Львівського соціологічного форуму «Традиції та інновації в соціології» : Зб. Наук. праць. — Л., 2009. — С. 246–251.
146. *Серета В., Сусак В.* Програма курсу лекцій “Якісні методи соціологічних досліджень” // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2001. — № 4. — С. 180–187.
147. *Серета В.В.* Регіональні особливості історичних ідентичностей та їх вплив на формування сучасних політичних орієнтацій в Україні : Ав-

- тореф. дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2006.
148. *Середа В., Малес Л.* Усна історія як метод і методологія: деякі проблеми створення та інтерпретації усної історичних джерел // Україна модерна. — 2007. — Т. 11. — С. 159–165.
149. *Середа В.В.* Місто як *lieu de memoire*: спільна чи поділена пам'ять? Приклад Львова // Вісник Львівського національного університету ім. І.Франка. — Сер.: Соціологія. — 2008. — Вип. 2. — С.73–99.
150. *Сикорская Л.Е.* Толерантность в представлениях молодых российских и немецких волонтеров социальной работы // Социологические исследования. — 2007. — № 9. — С. 52–58.
151. *Симончук Е.В.* Механизм межпрофессиональной мобильности специалистов с высшим образованием // Подвижность структуры: Современные процессы социальной мобильности. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1999а. — С. 135–149.
152. *Симончук Е.В.* Вынужденная профессиональная мобильность // Подвижность структуры: Современные процессы социальной мобильности. — К.: Ін-т соціології НАН України, 1999б. — С. 174–191.
153. *Симончук О.В.* Міжпрофесійна мобільність та зміна соціальної ідентичності : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.03 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2000.
154. *Симончук Е.В.* Средний класс: люди и статусы. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2003.
155. *Симончук О.В.* Робітничий клас в Україні: тренди реконструкції структури // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2006. — № 2. — С. 38–65.
156. *Скокова Л.Г.* Біографічний метод в соціології: історія і специфіка застосування : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.01 / К.: Ін-т соціології НАН України, 1999.
157. *Скокова Л.* Релігійна ідентичність в автобіографічних повідомленнях молоді: спроба соціологічної інтерпретації // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2003. — № 2. — С. 98–121.
158. *Скокова Л.* Біографічні дослідження в соціології: традиція і сучасний досвід. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2004.
159. *Скокова Л.Г.* Якісні методи в соціології. Програма. — К.: КНУКІМ, 2006.
160. *Скокова Л.* Якісні дослідження в сучасній соціології // Соціологія : Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. — К.: Товариство “Знання”, 2008. — С. 524–563.

161. *Слободянюк А.Г.* «Знакове спорядження повсякденної взаємодії» в контексті соціальних змін (на прикладі сучасної України) : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Х.: Харьковський гос. ун-т, 2009.
162. *Смирин Г.* «Что с нами случилось»: мемуари узника Рижского гетто Георга Фридмана // Материалы X Ежегодной международной конференции по иудаике. — М., 2003. — Ч. 1. — С. 291–307.
163. *Сокурянская Л.Г.* Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода. — Х.: ХНУ им. В.Н. Каразина, 2006.
164. *Соловьева З.* Обитатели «Ночлежки» и других благотворительных организаций в перспективе социологии повседневности // Невидимые грани социальной реальности / Под ред. В.Воронкова, О.Паченкова, Е.Чикадзе. — СПб.: ЦНСИ, 2001. — Труды. — Вып. 9. — С. 25–37.
165. *Сорока Ю.Г.* Схема восприятия социального пространства в текстах массовой коммуникации : Дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.01 / Х.: Харьковський гос. ун-т, 1999.
166. *Сорока Ю.Г.* Женщина у Окуджавы (женщина в мужском восприятии) // Постмодерн: новая магическая эпоха: трансформация гендера : Сб. статей / Под ред. Л.Г.Ионина. — Х., 2003. — С. 316–326.
167. *Сорока Ю.Г.* Трансформация структур восприятия социального мира (на примере русскоязычного кинематографа) // Посткоммунистические трансформации: векторы, измерения, содержание / Под ред. О.Д.Кущенко, С.С.Бабенко. — Х, 2004. — С. 308–327.
168. *Сорока Ю.Г.* Визуализации в преподавании социологии: кинофильмы, их использование и анализ // Социология в аудитории: искусство коммуникации : Научно-методическое пособие для преподавателей. — Х., 2004. — С. 55–65.
169. *Сорока Ю.Г.* Герої чи/та антигерої: символи минулого крізь різницю культурної компетенції жінок та чоловіків // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна “Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”. — 2008. — № 795. — С. 85–88.
170. *Соха М.В.* Безпритульні у соціальній картині міста // Наукові студії Львівського соціологічного форуму «Багатовимірні простори сучасних соціальних змін» : Зб. наук. праць. — Л., 2008. — С. 380–383.
171. Социальная динамика и трансформация профессиональных групп в современном обществе / Под ред. В.А.Мансурова. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2007.
172. Спогади. Життя як воно є : Альманах. — Х., 2006. — № 1.
173. «Столиця відчаю»: Голодомор 1932–1933 рр. на Харківщині вустами очевидців. Свідчення, коментарі / Упор. Т.Поліщук. — Харків; Нью-Йорк; Львів: Березіль, 2006.

174. *Страусс А., Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. — М.: Эдиториал УРСС, 2001.
175. Судьбы людей: Россия. XX век / Под ред. В.Семеновой, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996.
176. *Суковатая В.* Бизнес-леди: мифы и реальность // Социологические исследования. — 2002. — № 11. — С. 69–77.
177. *Суковатая В.* Гендерная политика рекламы на постсоветском телевидении // Социологические исследования. — 2004. — № 2. — С. 65–70.
178. *Суковата В.* Гендерна ідентичність і конструювання пам'яті кризових моментів історії: жіночі стратегії виживання // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — 2009. — № 2. — С. 67–95.
179. *Темкина А.* Сценарии сексуальности и сексуальное удовольствие в автобиографиях современных российских женщин // Гендерные исследования. — 1999. — № 3. — С. 23–28.
180. Технології прикладних соціологічних досліджень : Навчально-методичний посібник. — К.: Ін-т соціології НАН України, 2003.
181. «То була неволя...» Спогади та листи остарбайтерів. — К.: Інститут історії України НАНУ; Меморіальний комплекс “Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941–1945 років”, 2006.
182. *Томпсон П.* Голос прошлого. Устная история. — М.: Весь мир, 2003.
183. *Троцук И.* Теория и практика нарративного анализа в социологии. — М.: Изд-во РУДН, 2006.
184. Український голокост 1932–1933: свідчення тих, хто вижив: У 10 т. / Ю.Мищик. — К.: Вид. дім “КМ Академія”, 2003. — Т. 1.
185. Усна жіноча історія. Повернення: Історіографія сільських жінок в контексті суспільно-історичних факторів радянського і перехідного періодів. — К.: ЖЦ «Спадщина», 2003.
186. Устная история и биография: женский взгляд / Ред. и сост. Е.Ю.Мещеркина. — М.: Ин-т социологии РАН; Невский простор, 2004.
187. *Феннето Э.* Интервью и опросник: формы, процедуры, результаты. — СПб: Питер, 2004.
188. *Филиппова О.А.* «Футболіємо разом»: коллективное «производство» и «потребление» украинской национальной идентичности // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук.праць. — Х.: Вид. центр ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. — Т. 2. — С. 258–265.
189. *Филиппова О.А.* Музей как публичное пространство конструирования и репрезентации идентичности: Приднестровье как case study // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Х.: Вид. центр ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2007. — С. 401–409.

190. *Фотеева Е.* Социальная адаптация после 1917 года: жизненный опыт состоятельных семей // Судьбы людей: Россия. XX век. / Под ред. В. Семеновой, Е.Фотеевой. — М.: Ин-т социологии РАН, 1996. — С. 240–276.
191. *Хобта С.В.* Образы регионов: Восток и Запад Украины // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. праць. — Вип. 15. — Х: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2009. — С. 456–463.
192. *Цветаева Н.Н.* Практики и ценности в эпоху перемен (Анализ биографических материалов конкурса «Жить в эпоху перемен») // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2002. — Т. V. — № 4. — С. 137–146.
193. *Цветаева Н.Н.* Биографические нарративы советской эпохи // Социологический журнал. — 2000. — № 1/2. — С. 150–163.
194. Человек и его работа в СССР и после : Учебное пособие для вузов / Под ред. А.Здравомыслова, В.Ядова. — М.: Аспект Пресс, 2003.
195. *Чирикова А.* Женщина во главе фирмы. — М.: Ин-т социологии РАН, 1998.
196. *Чирикова А.* Женщина-директор в деловой и частной жизни // ИНТЕР. — 2002. — № 1. — С. 51–67.
197. *Чорноволенко В.П.* Про соціологію та соціальну структуру. Статті, інтерв'ю про нього, документи. До 80-річчя з дня народження / Упор. С.О.Макев. — К.: Ін-т соціології НАН України; КМІС, 2009.
198. *Чуйкина С.* Границы и повседневная жизнь диссидентской среды // Биографический метод в изучении постсоциалистических обществ / Под ред. В.Воронкова, Е.Здравомысловой. — СПб.: ЦНСИ, 1997. — Труды. — Вып. 5. — С. 38–41.
199. *Швед О.В.* Сексуальна експлуатація неповнолітніх як соціальне явище : Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Х.: Харківський національний ун-т внутрішніх справ, 2006.
200. *Шнеер А.* Плен / В 2-х т. — Иерусалим, 2003. — Т. 1; Т. 2.
201. *Штейнберг И., Шанин Т., Ковалев Е., Левинсон А.* Качественные методы. Полевые социологические исследования. — СПб.: Алетейя, 2009.
202. *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотографии как метод исследования. — М.: Логос, 2007.
203. *Штомпка П.* В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии // Социологические исследования. — 2009. — № 8. — С. 3–13.
204. *Шумов К.Э.* «Эротические» студенческие графиты // Секс и эротика в русской традиционной культуре / Сост. А.Л.Топорков. — М.: Ладомир, 1996. — С. 454–482.

205. Щедрина О. Профессиональная идентичность современной российской милиции и толерантность // Национально-гражданские идентичности и толерантность: опыт России и Украины в период трансформации / Под ред. Л.Дробижевой, Е.Головахи. — К.: Институт социологии НАНУ; Институт социологии РАН, 2007. — С. 167–185.
206. Щепанская Т. Система: тексты и традиции субкультуры. — М.: ОГИ, 2004.
207. Эшттейн М. Отцовство. Метафизический дневник. — СПб.: Алетейя, 2003.
208. Юрчак А. Миф о настоящем мужчине и настоящей женщине в российской телевизионной рекламе // Семья, гендер, культура / Под ред. В.Тишкова. — М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 1997. — С. 389–399.
209. Юрченко І. В. Інституціоналізація волонтерського руху в Україні : Автореф. Дис. ... канд. соціол. наук: 22.00.03 / К.: Ін-т соціології НАН України, 2009.
210. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. — М.: Добросвет, 1998. — С. 387–449.
211. Яневський Д. Хроніка «помаранчевої» революції. — Х.: Фоліо, 2005. (Сер. Помаранчева революція).
212. Ярская-Смирнова Е.Р. Социальные изменения и мобилизация ресурсов: жизненные истории российских инвалидов // ИНТЕР. — 2002. — № 1. — С. 39–50.



Інтернет–ресурси

- Центр независимых социологических исследований (Санкт-Петербург) — http://www.cisr.ru/publ_milieu.html
- Харківський центр гендерних досліджень — <http://www.gender.univer.kharkov.ua/>
- Московский центр гендерных исследований — <http://www.gender.ru/>
- Українська асоціація усної історії — http://keui.univer.kharkov.ua/oral_history/index.html
- Українська асоціація маркетингу — <http://uam.in.ua/rus/index.php>
- Проект «Международная биографическая инициатива» — <http://www.unlv.edu/centers/cdclv/programs/bios.html>
- Центр социологического образования при Институте социологии РАН — <http://www.sociology.ru/history.html>
- Вища школа соціології при Інституті соціології НАН України — <http://i-soc.com.ua/school/index.php>

- Український інститут національної пам'яті* —
<http://www.memory.gov.ua/ua/275.htm>
- Інститут історії церкви* —
<http://www.ucu.edu.ua/ukr/research/institutes/church.history/>
- Сайт про помаранчеву революцію* — <http://www.pomaranch.org.ua/>
- Архіви України* — <http://www.archives.gov.ua/>
- Архивы России* — <http://www.rusarchives.ru/map.shtml>
- Российский государственный архив новейшей истории* —
<http://www.rusarchives.ru/evants/exhibitions/new-receipts-rgani.shtml>
- Центр документації «Народный архив» (Москва)* —
<http://www.vmdaily.ru/article.php?aid=50237>
- Научный архив (историко-социологический) Института социологии РАН*
 — http://www.isras.ru/Scientific_archive.html
- Биографический фонд Социологического института РАН* —
<http://www.mirpeterburga.ru/desktop/projects/>
- Історичні архіви Європейських Співтовариств* — <http://www.arc.iue.it>
- Международное историко-просветительское правозащитное и благотворительное общество «Мемориал»* — <http://www.memo.ru/>
- Часописи Інституту соціології РАН, що публікують статті з якісних досліджень* — <http://www.isras.ru/Magazines.html>

Словник термінів

- Інституціоналізація якісної соціології** — набуття цією науковою дисципліною всіх атрибутів соціального інституту. Цей процес має низку етапів: поява різного роду публікацій і створення спеціалізованих періодичних видань; включення дисципліни до системи освіти, видання підручників і навчальних посібників із новій дисципліні, присудження професійних класифікацій і наукових ступенів з нової наукової спеціальності; створення спеціалізованих товариств і асоціацій; формування правил і норм професійної етики тощо.
- Усна історія** — підхід у соціогуманітарних дисциплінах, де в якості основного джерела інформації використовуються усні розповіді очевидців про події, в яких вони брали участь.
- Архів даних якісних досліджень** — це зібрання/фонди, які включають різноманітні за жанром документи особистого походження (автобіографії, біографії, біографічні інтерв'ю, спогади, генеалогії, щоденники, листи, сімейні хроніки, фотографії, відеоматеріали, аудіозаписи, малюнки, нотатки, тощо), стенограми фокус-груп, записи включеного спостереження, а також публікації науковців з аналізу та інтерпретації якісних даних різного типу.

Контрольні запитання

1. Які етапи процесу інституціоналізації якісної соціології в пострадянських країнах можна вирізнити?
2. Які фактори сприяли популяризації якісних методів у вітчизняній соціології?
3. Назвіть дослідницькі проекти вітчизняних соціологів, реалізовані в руслі якісної методології.
4. Які ще етапи є актуальними для завершення інституціоналізації якісної соціології в Україні?
5. Висловіть свою думку щодо ідеї і концепції Архіву даних якісних досліджень.

Теми рефератів

1. Колекції інтерв'ю з українськими соціологами як джерело реконструювання історії становлення вітчизняної соціології.
2. Тематика дослідницьких проектів, здійснених протягом останнього десятиліття за допомогою якісної методології в Україні.
3. Архіви документів особистого походження як емпірична база соціологічних досліджень.

Лекція 8

КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ТЕКСТІВ

Критика традиційної кількісної емпіричної соціології почалася на Заході ще у 50-х роках ХХ сторіччя. Поступово дедалі більшої популярності у соціологічних та у маркетингових дослідженнях почали набувати якісні дослідження. При використанні методології та методів якісних досліджень дослідник спрямовує свою діяльність на вивчення певного об'єкта як єдиного й унікального цілого, натомість кількісні методи спрямовані більшою мірою на отримання узагальненої картини об'єкта соціальної реальності. Загальний фокус якісного дослідження концентрує увагу на специфічному та особливому. Використання методології та методів якісних досліджень стає пріоритетним, якщо головним завданням дослідницької діяльності є вивчення своєрідності якогось окремого соціального об'єкта.

Якісний аналіз інформації включає інтерпретацію дослідником текстів, графічних зображень, аудіо-записів з метою їх соціологічного вивчення відповідно до теми дослідження. Поява і поширення персональних комп'ютерів призвели до суттєвого поштовху в застосуванні та розвитку кількісних методів в емпіричних соціологічних дослідженнях. Обчислення, на які раніше витрачалось кілька тижнів, стало можливим зробити за кілька секунд з мінімальними витратами людської праці. Отже, завдяки комп'ютеризації кількісні емпіричні дослідження стали дешевшими та набагато оперативнішими, а їх результати – точнішими. Однак слід розуміти, що на комп'ютери покладена значною мірою технічна робота, а формулювання гіпотез, постановка задачі та змістова інтерпретація отриманих результатів залишається за дослідником (хоча сьогодні є спроби автоматизувати і ці процеси). І тому для якісної соціології, яку визначають як розуміючу та інтерпретативну, комп'ютеризація не створила таких додаткових можливостей, як для кількісних емпіричних досліджень, хоча, певні зрушення відбулися і в ній. Зокрема,

для підтримки і проведення якісного, змістового аналізу, забезпечення навігації і пошуку в неструктурованих текстах, поданих в електронній формі (наприклад, розміщені в Інтернеті), розроблені на основі методів статистичного і лінгвістичного аналізу, а також методів штучного інтелекту, комп'ютерні програмні засоби класу Text Mining. Ці засоби реалізують технології автоматизованого аналізу і класифікації текстів на природній мові.

Першою комп'ютерною програмою для проведення якісного аналізу текстів можна вважати The General Inquirer, яка була написана 1966 року. Програма давала змогу досліднику створити словник, пов'язаний із текстом, що аналізується, згрупувати у ньому слова за певними категоріями, підрахувати частоту входження у текст певних слів та категорій, частоти спільного входження слів або категорій. Цією програмою користувалися історики та лінгвісти. Звичайно, сьогодні такий підхід до якісного аналізу текстів видається дуже спрощеним і формальним, адже коректно проаналізувати текст без розуміння контексту, у якому він був створений, неможливо.

Сучасні комп'ютерні засоби підтримки якісного аналізу – це когнітивні технології, що дають змогу проводити:

1. Кластеризацію – виділення компактних підгруп документів (текстів в електронному вигляді) з близькими властивостями. Використовуються лінгвістичні і математичні методи без застосування наперед визначених категорій. Результат – таксономія або візуальна карта.
2. Класифікацію текстів, за якої використовують статистичні кореляції для побудови правил віднесення досліджуваного документу (наприклад, тексту в електронному вигляді) до якоїсь із наперед визначених категорій.
3. Побудову семантичних мереж або аналіз зв'язків, які визначають дескриптори (ключові словосполучення) у документі для забезпечення пошуку та навігації.
4. Прогнозування – передбачення за значеннями одних властивостей досліджуваного об'єкта значення інших.
5. Знаходження винятків – пошук об'єктів, параметри яких найсильніше відрізняються від середніх значень.
6. Візуалізацію результатів у різних формах (графіки, таблиці, діаграми, звіти тощо).

Комп'ютерні технології глибинного аналізу (наприклад, «розуміння» машиною текстів та людської мови) сьогодні продовжують удосконалюватися і розвиватися, але, на жаль, і сьогодні при якісному глибин-

ному аналізі соціологічної інформації комп'ютерна техніка і технології стають у пригоді досліднику передусім як інструмент ефективного маніпулювання даними.

Класифікація комп'ютерних програм, які використовуються у якісному аналізі

При проведенні якісних досліджень соціологічної інформації комп'ютерну техніку використовують для:

- 1) введення та збереження даних – оцифрування зображень чи аудіо-записів, зберігання текстів, транскрибування аудіо- та відеозаписів;
- 2) зручного та ефективного редагування інформації;
- 3) копіювання та розмноження інформації;
- 4) швидкого переведення інформації з однієї форми в іншу, зручнішу;
- 5) швидкого пошуку та відбору за різними критеріями необхідної інформації;
- 6) проведення автоматичного кількісного контент-аналізу (наприклад: підрахунку кількості входжень певного фрагменту тексту у великому за обсягом масиві інформації);
- 7) занесення якісної інформації у бази даних, тобто збереження її у чіткій структурованій формі;
- 8) кодування (присвоєння певного числового коду фрагментам тексту, зображення, аудіо- чи відеозапису) і таким чином віднесення такого фрагменту до певної категорії для подальшого можливого відбору та аналізу;
- 9) запису та збереження пов'язаних із певними фрагментами даних коментарів та приміток, що створює основу для майбутнього поглибленого глибинного аналізу;
- 10) побудови та візуалізації зв'язків між кодами, фрагментами даних, виокремленими категоріями тощо;
- 11) допомоги при побудові теорій щодо існування різних структур відношень між кодами, фрагментами даних, категоріями, коментарями тощо;
- 12) проведення необхідних математичних обчислень;
- 13) підготовки та оформлення звіту.

Говорячи про маніпуляцію з даними, необхідно першою чергою розглянути таку важливу для якісного аналізу процедуру як кодування (його визначення ми давали вище, у 8-му пункті останньої класифікації).

Результатом кодування при якісному аналізі інформації зазвичай є деякі змінні, що фіксують певні характеристики тексту (надалі ми для більшої визначеності говоритимемо про тексти, хоча аналогічний підхід можна застосовувати і для якісної інформації іншого типу). Отримані як результат кодування змінні можуть бути *дихотомічними* (фіксувати наявність чи відсутність у тексті певної категорії чи ознаки), *порядковими* (фіксувати інтенсивність якоїсь ознаки) або *метричними* (фіксувати певне метричне значення, наприклад, вік респондента). Використовувати такі змінні для обчислення кореляцій, проведення факторного аналізу чи побудови регресій у більшості випадків неможливо, оскільки вибірка у якісних дослідженнях невелика, важко говорити про наявність нормального розподілу тощо. На основі цих змінних можна будувати описові статистики, а також, на думку деяких авторів, зокрема, Udo Kuckartz, автора комп'ютерної програми для обробки якісної інформації WinMax, можна обчислювати Хі-квадрат, проводити кластерний аналіз (Kuckartz, 1996). Отримані у такий спосіб характеристики, звичайно, не досліджуються традиційними для статистики методами перевірки значимості, але можуть бути корисними для генерування гіпотез, висування певних припущень.

За призначенням програми, якими користуються для проведення якісного аналізу соціологічної інформації, розділяються на такі класи (Kelle, 1995; Ragin, 1995):

1. *Text processor*. Програми для введення та редагування текстів (Word, Word Perfect, WordPad та багато інших) з розвинутими можливостями побудови макросів (спеціальних невеликих програм для обробки тексту, як, наприклад, у MS Word for Windows). Користуючись ними, можна здійснювати досить складний пошук та навіть відбирати окремі фрагменти тексту.
2. *Text retrievers*. Програми, які використовують для пошуку у великих масивах тексту за досить складними критеріями (Metamorph, Orbis, Sonar Professional, The Text Collector, WordCruncher, ZyINDEX).
3. *Textbase Managers*. Програми, що використовуються для організації, впорядковування чи зв'язування між собою фрагментів текстів (AskSam, Folio VIEWS, MAX, Tabletop).
4. *Code-and-Retrieve Programs*. Програми, якими користуються для того, щоб виокремлювати в тексті фрагменти та розподіляти ці фрагменти між певними категоріями з метою їх подальшого аналізу (HyperQual2, Kwalitan, Martin, QUALPRO, The Ethnograph).

5. *Code-Based Theory-Builders*. Програми, що надають можливість не тільки виділити й згрупувати певні фрагменти текстів, а й побудувати мережу взаємовідношень між ними, що значно допомагає у процесі аналізу (AQUAD, ATLAS/ti, HyperRESEARCH, NUD*IST).

Контент-аналіз

Сучасний контент-аналіз, який реалізується засобами комп'ютерної техніки, починався як кількісно-орієнтований метод аналізу текстів для вивчення масових комунікацій. Цей метод був застосований Максом Вебером для аналізу обсягу висвітлення у пресі політичних акцій у Германії. У 1943 році американський політолог Абрахам Каплан збільшив фокус контент-аналізу від статистичної семантики (значення текстів) політичних дискусій до аналізу значень символів (семіотики). Якісно-орієнтований контент-аналіз використовувався під час Другої світової війни для вивчення «ідеологічних» аспектів телевізійних шоу і комерційної реклами.

З поширенням засобів автоматизації і накопиченням текстів в електронному вигляді (60-ті роки ХХ століття) починається розвиток контент-аналізу інформації великих обсягів – баз даних і інтерактивних медіа-засобів. Крім традиційного «політичного» використання контент-аналіз було застосовано у виробничій та соціальній сферах, бізнесі і фінансах, культурі та науці, що призвело до появи великої кількості розрізневих спеціалізованих програмних комплексів. Суттєвий внесок у розвиток контент-аналізу внесли психологічні дослідження у сфері феноменології Едмунда Гуссерля і нашого сучасника Амадео Джорджі. Отже, сучасна комп'ютерна технологія контент-аналізу має свої корені у дослідженнях з психології та соціології.

Існує досить багато визначень того, що таке контент-аналіз. Найбільш змістовно розкривають призначення комп'ютерних програмних систем, орієнтованих на контент-аналіз, такі:

- *контент-аналіз* – це дослідницька техніка для отримання результатів шляхом аналізу змісту текстів про стан і властивості соціальної дійсності (Є. Таршис);
- *контент-аналіз* – це систематично числова обробка, оцінка та інтерпретація форми і змісту інформаційного джерела (Д. Мангейм, Р. Річ);
- *контент-аналіз* складається з знаходження у тексті певних змістовних понять (одиниць аналізу), виявлення частоти їх входження і співвіднесення зі змістом усього документа (Б. Краснов).

Для обґрунтованого вибору комп'ютерних засобів контент-аналізу необхідно ще на етапі підготовки дослідження:

- чітко сформулювати мету дослідження;
- визначити об'єкт та предмет дослідження;
- змістовно визначити поняття;
- виконати емпіричну інтерпретацію понять;
- описати процедури реєстрації властивостей і явищ;
- провести попередній цілісний аналіз об'єкта дослідження;
- визначити загальний план дослідження;
- визначити тип вибірки тощо.

Методи збирання даних для якісного аналізу інформації, зокрема і контент-аналізу, можуть бути різними: спостереження, анкетне опитування, інтерв'ю, телефонне опитування, нагромадження сукупності листів, отримання потоку документів з глобальної мережі Інтернет.

Аналізуючи призначення комп'ютерних програм, які використовуються у якісних дослідженнях соціологічної інформації, можна виділити такі основні *групи автоматизованих операцій*:

1. Введення «очищених» даних (якісної інформації), їх редагування та організація у певну базу даних.
2. Виділення фрагментів текстів, зображень або записів та їх кодування.
3. Написання анотацій та приміток до виділених фрагментів та кодів.
4. Пошук та відбір необхідних фрагментів у базі даних.
5. Створення мережі зв'язків між елементами бази даних – фрагментами, кодами, анотаціями тощо.
6. Виведення результатів роботи у різних формах – у вигляді таблиць, мереж зв'язків тощо.
7. Організація колективної роботи з аналізу бази даних.

Підхід уґрунтованої теорії

Організацію та функціональне призначення багатьох комп'ютерних програм якісного аналізу інформації визначив підхід «уґрунтована теорія» (Grounded Theory) (*Strauss, 1987*). Такі програми, як NUD*IST, Atlas/ti та WinMax, як стверджують їх автори (*Kuckartz, 1996*), повністю розроблялись на засадах цього підходу. Для того, щоб розкрити зв'язок підходу «уґрунтована теорія» із можливостями комп'ютерних засобів якісного аналізу, сформулюємо коротко його суть.

Дослідник починає уважно опрацювати невелику кількість зібраних даних. Під час аналізу він кодує дані, у випадку необхідності збирає нові дані, керуючись у цьому разі «теоретичною вибіркою». Під *теоретичною вибіркою* розуміють цілеспрямований відбір, який ґрунтується на змістовних категоріях, що виникають у процесі аналізу наявних даних, а також у процесі перевірки гіпотез та теорій, які побудував дослідник. Під час усієї аналітичної роботи дослідник пише примітки, де вказує ідеї, що лежать в основі вибору кодів, взаємозв'язки між кодами тощо. При цьому взаємозв'язки між фрагментами тексту, кодами та примітками можуть бути візуалізовані у вигляді графів.

Упродовж усього дослідження розвиваються три паралельні процеси, що та взаємодіють між собою:

- збирання необхідних для дослідження даних;
- кодування вже зібраної інформації;
- написання приміток.

Результатом цієї діяльності є поступова побудова дослідником концептуальної структури, що перебуває у постійному розвитку.

Центральним процесом «угрунтованої теорії» є кодування. Виділяють три типи кодування:

1. *Відкрите кодування* – виділення певних категорій (властивостей) і виділення розмірності цих властивостей (принаймні на рівні полярних значень).
2. *Осьове кодування* – концентрація уваги дослідника на одній категорії, її поглиблена деталізація, виділення підкатегорій.
3. *Вибіркове кодування* – побудова зв'язків між категоріями, що вже існують.

Використання комп'ютерів у якісних дослідженнях на вищезазначених етапах лише підвищує ефективність технічної роботи з даними. Набагато цікавішими є розроблення і впровадження підходів та алгоритмів для автоматизації власне *аналізу* якісної інформації.

У переважній більшості випадків робота з якісною інформацією є роботою з текстами, тому саме автоматизоване опрацювання текстів ми розглянемо далі.

Використання математичних підходів у якісних дослідженнях

Проблемою вивчення структури людської мови формальними математичними методами займався американський науковець Джордж Кінг-

слі Зіпф (1903–1950). Результати своїх досліджень він сформулював у вигляді законів (*Zipf*, 1935; 1949).

Перший закон Зіпфа «ранг – частота»

Оберемо будь-яке слово та підрахуємо, скільки разів воно зустрічається у тексті. Отримана величина називатиметься частотою входження слова. Виміряємо частоту входження кожного слова у тексті. Деякі слова матимуть однакову частоту входження до тексту. Згрупуємо їх, взявши лише одне значення частоти з кожної групи, де частоти повторюються. Розташуємо частоти входження за спаданням та занумеруємо їх. Порядковий номер частоти називатимемо її рангом. Слова, що зустрічаються у тексті найчастіше, матимуть ранг 1, наступні за ними – 2, потім – 3 і так далі. Зрозуміло, що ймовірність зустріти у тексті якесь слово розраховується за формулою:

$$\text{Ймовірність} = (\text{Частота входження слова}) / (\text{Кількість слів}).$$

У результаті своїх досліджень, Зіпф виявив цікаву закономірність: якщо ймовірність зустріти слово у тексті помножити на ранг частоти, то отриманий добуток (позначимо його C) є приблизно постійною величиною (тобто такою, що не залежить від самого слова), тобто

$$C = (\text{Частота входження слова} / \text{Кількість слів}) \times (\text{Ранг частоти}) \approx \text{Const}$$

Як відомо, графіком функції типу є симетрична гіпербола. Отже, якщо якесь слово у тексті зустрілося 100 разів, то наступне за рангом слово навряд чи матиме частоту 99. З високою ймовірністю можна твердити, що частота наступного «за популярністю» слова буде близькою до 50.

Значення константи C є різним для різних мов, але залишається незмінним у межах однієї мови. Так, для англійської мови константа Зіпфа дорівнює 0,1, для російської 0,065.

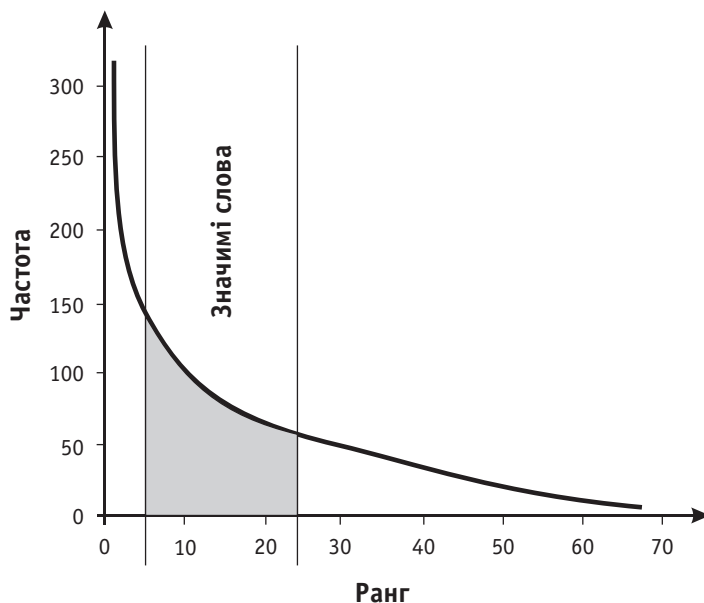
Другий закон Зіпфа «кількість – частота»

Розглядаючи перший закон Зіпфа, ми не звертали увагу на те, що різні слова входять до тексту з однаковою частотою. Дж. К. Зіпф встановив, що частота та кількість слів, що входять до тексту з однією частотою, також пов'язані між собою.

Якщо побудувати графік, де на осі X відкласти частоти входження слів, а на осі Y – відповідну кількість слів з такою частотою, то отримана крива – крива Зіпфа – зберігатиме свої параметри для всіх текстів. Це твердження є справедливим, як і перший закон Зіпфа, у межах однієї мови. Хоч би якою мовою був написаний текст, форма кривої Зіпфа залишиться незмінною. Можуть відрізнятись лише коефіцієнти, що відповідають за нахил кривої.

На основі законів Зіпфа створюються алгоритми та відповідно комп'ютерні програми, які автоматично виділяють у тексті певні слова, що найкраще характеризують зміст цього тексту.

Скористаймося першим законом Зіпфа і побудуємо графік залежності рангу від частоти. Його форма, як вже зазначалося, завжди однакова.



Дослідження показали, що найзначущішими (тобто такими, що мають високе змістове навантаження) є ті слова, для яких значення (ранг / частота) знаходиться у середній частині кривої. Такий факт має своє логічне обґрунтування. Слова, що зустрічаються дуже часто, – це, як правило, прислівники, займенники, артиклі (в англійській або французькій мовах) тощо. З іншого боку, слова, що зустрічаються рідко, також у більшості випадків не мають вирішального змістового значення.

Дуже важливо правильно обрати діапазон частот, що характеризують дійсно значущі слова. Якщо цей діапазон обрати занадто широким, то необхідні змістовно навантажені терміни загубляться серед допоміжних слів. Якщо ж обрати цей діапазон занадто вузьким, то можна певні змістовні терміни просто втратити.

Формули для визначення оптимального діапазону, на жаль, не існує, але є певні процедури, що допомагають покращити вибір змістовних термінів з тексту.

По-перше, це створення списку «стоп-слів», тобто слів, що взагалі не аналізуються. Для української мови такий список утворили б слова «та», «і», «на» і т. ін.

По-друге, виділення у якості змістовних термінів не лише окремих слів, а й певних словосполучень.

По-третьє, використання вагових коефіцієнтів, тобто штучне підвищення частоти певного слова або словосполучення залежності від:

- його місцезростащування у тексті (наприклад, кожне входження слова до назви статті збільшує його ваговий коефіцієнт);
- взаєморозтащування кількох термінів (наприклад, термін «соціологія сім'ї» індексується у тих текстах, де терміни «соціологія» та «сім'я» зустрічаються на невеликій відстані);
- частини мови, до якої слово належить.

На підставі розглянутих вище законів і процедур був автоматизований (а отже може виконуватися швидко та без втручання людини) процес виокремлення з текстів значущих слів і словосполучень, які можна використовувати як характеристики тексту.

Прикладом такої програми може служити *TextAnalyst*, розробка російських програмістів. Ця програма вможливила виконання таких дій.

1. *Виконувати структурний аналіз змісту текстів* – а саме, будувати семантичні мережі та тематичні структури.

Семантична мережа являє собою множину значущих понять, що були виділені з текстів – слів та словосполучень з їхніми змістовими взаємозв'язками – і характеризує зміст текстів, які аналізуються.

Кожен елемент семантичної мережі (контекстний вузол) характеризується своєю вагою та набором зв'язків з іншими елементами. Зв'язки між елементами характеризуються своїми ваговими коефіцієнтами.

Тематична структура описує зміст текстів, які аналізуються у вигляді ієрархії тем і відповідних підтем, що розкривають зміст тем. Кожен елемент тематичної структури (теми) характеризується вагою та набором зв'язків з іншими елементами (підтемами) і є контекстним вузлом. Зв'язки між елементами характеризуються своїми ваговими коефіцієнтами.

2. *Реферування текстів* – обчислення ступеню змістової значущості для кожного речення тексту та виділення найбільш значущих речень (тез).

3. *Формування гіпертексту* – виділення у тексті фрагментів, що пов'язані між собою за змістом, та надання можливості зручної навігації між ними.

4. *Змістовий пошук* – функція, яка дає змогу отримати відповідь на запит, сформований у вигляді або фрази звичайною мовою, або словосполучень, або просто набору ключових слів. При цьому інформація, що буде знайдена, може мати іншу граматичну форму чи взагалі явно не входить до тексту запиту, але матиме змістовий зв'язок із ним. Пошук інформації у відповідності із запитом здійснюватиметься серед значущих понять, виділених у результаті аналізу. Відсутність відповіді на запит свідчить не про повну відсутність необхідної інформації, а лише про несуттєву значимість цієї інформації.

Слід зазначити, що використання такого роду комп'ютерних алгоритмів обробки текстової інформації дає якісні результати лише на текстах досить великого обсягу (хоча б 4–5 сторінок).

Перспективи розвитку комп'ютерного аналізу якісних даних

Сьогодні комп'ютерні програми здатні суттєво підвищити ефективність та надійність значного обсягу технічних робіт, пов'язаних із проведенням якісних досліджень (введення, зберігання, редагування, впорядкування, пошук, відбір інформації тощо). Використання комп'ютерів спрощує організацію колективної роботи з аналізу якісної інформації, що знижує витрати на проведення дослідження, підвищує його якість та валідність.

Сьогодні залишаються актуальними проблеми автоматизації процесу аналізу якісної інформації. Мають розвиток підходи, що базуються на структурних особливостях мови і спрямовані на виділення, на основі певних формальних критеріїв, важливих за змістом фрагментів (термінів, словосполучень тощо), які характеризують текст. Прикладна цінність результатів, отриманих до теперішнього часу у цьому напрямку, головним чином обмежується автоматичним реферуванням науково-технічних текстів та створенням систем автоматичного пошуку документів (у бібліотеках, великих установах, у глобальних комп'ютерних мережах). Поєднання цих розробок із результатами досліджень у галузі експертних систем та штучного інтелекту може дати якісно нові комп'ютерні засоби змістового аналізу якісних даних.

Створені і продовжують вдосконалюватися різні спеціалізовані програми, що підтримують досить складні теоретичні підходи до якісного аналізу інформації (наприклад, підхід «угрунтованої теорії» – *Grounded Theory*), але поки що програмні засоби аналізу якісної інформації недо-

статньо стандартизовані й, відповідно, не мають такого широкого використання, як статистичні пакети аналізу даних для кількісних досліджень.

Слід визнати також, що значна кількість досліджень у якісній, розуміючій соціології завжди вимагатиме ретельного аналізу власне первинної (тобто без будь-якого формального узагальнення) інформації самим дослідником, і комп'ютерні засоби можуть у такому випадку бути використані лише як важливі, але допоміжні технічні інструменти.



Література

1. Zipf G. K. *The Psychobiology of Language*. – Boston: Houghton-Mifflin, 1935.
2. Zipf G. K. *Human Behavior and the Principle of Least-Effort*. – Cambridge, Massachusetts: Addison-Wesley, 1949.
3. Kelle U. (ed.). *Computer-Aided Qualitative Data Analysis*. – London: Sage, 1995.
4. Kuckartz U. *WinMax pro '96 Scientific Text Analysis*. – Berlin: Scolari Sage Publications, 1996.
5. Ragin Ch. C. *Using Qualitative Comparative Analysis to Study Configurations* // U. Kelle (ed.). *Computer-Aided Qualitative Data Analysis*. – London: Sage, 1995. – P. 177–189.
6. Strauss A. L. *Qualitative analysis for social scientists*. – New York: Cambridge University Press, 1987.



Словник термінів

Кодування – присвоєння певного числового коду фрагментам тексту, зображення, аудіо- чи відеозапису. Отримані у результаті змінні можуть бути *дихотомічними* (фіксувати наявність чи відсутність у тексті певної категорії чи ознаки), *порядковими* (фіксувати інтенсивність якоїсь ознаки) або *метричними* (фіксувати певне метричне значення).

Семантична мережа – множина значущих понять, що були виділені з текстів – слів та словосполучень з їх змістовими взаємозв'язками; характеризує зміст текстів, які аналізуються.

Тематична структура – опис змісту текстів у вигляді ієрархії тем та відповідних підтем, що розкривають зміст тем. Кожен елемент тематичної структури (теми) характеризується вагою та набором зв'язків з іншими елементами (підтемами) і є контекстним вузлом. Зв'язки між елементами характеризуються своїми ваговими коефіцієнтами.

Контрольні запитання

1. Що таке контент-аналіз? Назвіть сфери його застосування.
2. Опишіть, у чому полягають закони Зіпфа. Вкажіть можливості їх використання у комп'ютерних програмах для аналізу результатів якісних досліджень.
3. Наведіть приклади класифікацій комп'ютерних програм, які використовують під час якісного аналізу.
4. Що таке підхід «угрунтована теорія»? Яким чином він застосовується у комп'ютерних програмах аналізу текстів?
5. Що таке кодування? Які типи кодування вам відомі, у чому полягає їхня відмінність?

Теми рефератів

1. Використання комп'ютерних засобів за умов колективної роботи над якісними даними.
2. Сучасні методи текстового пошуку.
3. Особливості використання програмних засобів для аналізу результатів фокус-груп.

ЯКІСНІ ПІДХОДИ У ДОСЛІДЖЕННІ СФЕР СОЦІАЛЬНОГО

Лекція 9

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ДОСВІД У КООРДИНАТАХ СОЦІОЛОГІЇ ОСОБИСТОСТІ

Автор одного з найвідоміших підручників, присвячених використанню якісних методів у соціології, В. Семенова називає серед різних галузей соціології, де застосування якісних методів є закономірним, соціологію девіантної поведінки, гендерні дослідження, соціологію сім'ї, соціологію особистості та соціологію культури, мотивуючи це тим, що саме тут центральним об'єктом дослідницького інтересу виступає індивід як носій соціального й індивідуального досвіду (Семёнова, 1998).

Очевидно, що якісні методи, пов'язані з аналізом індивідуального досвіду, є одним з опорних елементів дослідження, насамперед, у соціології особистості. Сьогодні ключові напрями, в аналізі яких застосовують якісні методи, – це процеси соціалізації, соціальної адаптації та соціальної ідентифікації. Решта виокремлених вище соціологічних дисциплін досліджує фактично ті самі процеси у власних специфічних зрізах. Наприклад, гендерна соціологія оперує концептами «гендерна соціалізація» або «гендерна ідентичність».

Щодо аналізу досвіду використання якісних методів, то тут, на нашу думку, спеціальної уваги потребують соціологічні дослідження, спрямовані на формування цілісного уявлення про процеси входження індивіда в суспільство і перебігу його взаємодії з соціальним світом. Відповідно, чільне місце в дослідженнях посідають процеси соціальної адаптації, соціалізації, соціальної ідентифікації тощо. До речі, особливий інтерес

до вивчення досвіду використання якісних методів саме в цих сферах пов'язаний і з тим, що в них уперше в соціології успішно було застосовано якісні методи як такі.

Соціальна адаптація

Саме в цій царині формувалася класика якісних підходів. Ідеться, насамперед, про добре відоме і ретельно описане дослідження У. Томаса і Ф. Знанецького «Польський селянин у Європі й Америці» (*Thomas, Znaniecki, 1958*). По суті, з нього починаються дослідження проблеми соціальної ідентичності в контексті соціальної адаптації. Констатація взаємообумовленості особистості та суспільства стала одним із важливих теоретичних досягнень проведеного дослідження. Автори переконливо показали, що мірою того, як розмивалися первинні групи польських переселенців, процеси індивідуальної адаптації ускладнювалися, головню, за рахунок втрати чітких орієнтирів адаптації, водночас об'єднання емігрантів у нових соціальних групах забезпечувало відчуття захищеності та сприяло ефективності адаптивних процесів.

Причому перед нами, якщо так можна сказати, «жива класика», не просто зразок, гідний наслідування, а такий, що може і сьогодні з успіхом відтворюватися в дослідженнях. Отже, немає необхідності ще раз описувати вже досить добре відому хрестоматійну працю. Слід зазначити, що сама методична схема, використана понад сто років тому, виявилася настільки адекватною, що і сьогодні її застосовують практично в тому самому вигляді, забезпечуючи отримання достовірного соціологічного знання. Показово, що в повній відповідності з п'ятою тезою Е. Гіденса про майбутнє соціології, в якому постульоване зникнення міждисциплінарних меж у соціальних науках, маємо приклади плідного використання цієї схеми в суміжних наукових дисциплінах (*Giddens, 1987*). Такі дослідження мають значну евристичну цінність і можуть з успіхом бути використані для соціологічного аналізу.

Як приклад можна навести монографію С. Смірнова «Російські емігранти в Північній Маньчжурії в 1920–1945 рр. (проблема соціальної адаптації)» (*Смирнов, 2007*). Методологія цього дослідження сформувалася «на перетині» соціальної психології, культурної антропології, соціології та низки інших гуманітарних наук. Цей міждисциплінарний синтез виявився досить продуктивним. І хоча автор є істориком і висвітлює лише ретроспективу, звертаючись до наративів, що належать минулому, результати дослідження з успіхом можуть бути використані в соціологічному контексті.

В основі праці, так само як і у Томаса і Знанецького, – звернення до індивідуального досвіду переживання певної соціальної ситуації. Як і в дослідженні польських селян в Америці, основним дослідницьким інструментарієм є біографічний метод. Головним джерелом слугують матеріали судово-слідчих справ репатріантів із Китаю (проаналізовано понад 500 судово-слідчих справ), але також, як і у Томаса і Знанецького, використано джерела особистого походження (щоденники, листи і т. п.).

Головною темою дослідження є вивчення досвіду пристосування до різкої зміни всіх умов життя емігрантів, на цей раз не польських, а російських. Причому, визначаючи мету дослідження, автор підкреслює, що адаптацію проаналізовано, в першу чергу, під кутом зору впливу індивідуальних чинників; предметом аналізу є соціальні практики індивідів, що не виступають жертвами об'єктивних обставин, а намагаються контролювати власне життя і формувати своє майбутнє.

Нарешті, головне завдання дослідження – якісна характеристика процесу соціальної адаптації російських емігрантів, спрямована не на виявлення частоти найпоширеніших стратегій, а на визначення їх варіацій і аналіз останніх з погляду репертуару створюваних можливостей.

Така точка зору, що центрує увагу, перш за все, на індивіді, визначає і категоріальний апарат дослідження, що включає як основні поняття «стиль життя», «адаптаційні стратегії», «ресурси», котрі аналізуються як вираз соціального капіталу, який має у своєму розпорядженні індивід і, нарешті, соціально-історичні «контексти». Причому за всієї зовнішньої подібності постановки дослідницьких завдань і вибору стратегії дослідження перед нами інша ситуація адаптації, ніж та, в якій опинилися польські селяни в Америці. Головна відмінність пов'язана з мотивами еміграції. Якщо Томас і Знанецький вивчали способи адаптації на прикладі добровільних мігрантів, то в разі російських емігрантів у Маньчжурії йдеться про вимушену еміграцію. Це значною мірою ускладнювало процес адаптації, оскільки для розв'язання своїх життєво важливих завдань люди, що приймали нові соціальні цінності, вимушені були погоджувати свою поведінку з нормами соціального оточення, підкорятися правилам «нової гри».

Не зупиняючись на викладі отриманих результатів, з якими зацікавлений читач може ознайомитися самостійно, відзначимо ще одну важливу в методичному плані особливість цього дослідження: воно не тільки дало можливість виявити різні «адаптаційні стратегії», які втілю-

валися у специфічних наборах соціальних дій індивіда, що сприяли його сумісності з новим соціально-культурним середовищем. Як показало дослідження, вибір тієї або тієї адаптаційної стратегії визначався співвідношенням між суспільними й індивідуальними уявленнями про життєву мету за наявності різних ресурсів.

Загалом тема аналізу адаптивного ресурсу, адаптивних стратегій досить часто пов'язана саме з використанням якісних методів. Прекрасним прикладом є досвід «читання людських документів», плідно застосований Н. Козловою. Цілий цикл праць цієї дослідниці присвячений «тактикам народного спротиву», спробам вижити і зберегти ідентичність в умовах тоталітарного тиску (Козлова Н., 1991; 1993; 1994; 1996).

З успіхом застосовували ці методи і для аналізу адаптації до умов соціально-економічної трансформації. Зокрема, А. Готліб (Готлиб, 2001) удалося на основі аналізу наративів з'ясувати, що, крім полярного поділу на «успішних адаптантів» і «неуспішних дезадаптантів», у межах самих цих груп існують різні типи. Серед «неуспішних дезадаптантів» виявлено специфічну групу «професіоналів», система ціннісних орієнтацій яких центрується, як і «успішних адаптантів», навколо роботи. Для «професіоналів» вона є значущою, насамперед, як сфера самореалізації і розглядається з точки зору її суспільної важливості. При цьому улюблена справа, її суспільна важливість значно перевищують цінність матеріального достатку. Як наслідок маємо «неуспішних дезадаптантів», які стали такими не тому, що не змогли використати нові можливості через нестачу соціального капіталу, а тому, що не хочуть це робити, орієнтуючись на загальну корисність результатів власної праці, а не на покращення власного матеріального становища.

Засобом дослідження адаптивних процесів може бути не лише аналіз наративних документів. Прикладом успішного вивчення процесів соціальної адаптації з точки зору використання «Я-ресурсу» і «соціального ресурсу» є дослідження А. Дьоміна, який застосовував метод фокус-групових дискусій (Дёмин, 1999).

Повертаючись до дослідження С. Смірнова, зазначимо, що його результатом, окрім вивчення типів соціальної адаптації як таких, стало виявлення істотних міжпоколінних відмінностей у способах адаптації. Між поколінням «батьків», яке автор образно позначив як «вирвані з коренем», і поколінням «дітей Росії поза Росією» було зафіксовано істотну різницю, головну, у проходженні ними процесу соціалізації. Діти емігрантів, виховані у відмінному від батьківського соціокультурному контексті, демонстрували дві основні орієнтації в моделях соціальної дії:

інноваційну і традиційну. Як показало дослідження, носії інноваційної моделі виявилися гнучкішими щодо адаптації і багато хто з них надалі віддав перевагу інтеграції в західне середовище.

Соціалізація і життєвий шлях

У зв'язку з цим сюжетом напрошується ще одна важлива паралель із класичним дослідженням, заснованим на застосуванні якісних методів у соціології особистості. Йдеться про працю Глена Елдера «Діти Великої депресії», яка починалася як традиційне вивчення впливу соціальної структури на особистість (Elder, 1974). Показово, що це дослідження ґрунтувалося на повторному аналізі даних, оскільки було побудоване на використанні результатів низки лонгitudних досліджень психологів. У психології лонгitud належить до генетичних методів, оскільки інтерпретація всіх матеріалів дослідження має процесуальний характер і тлумачиться в контексті становлення і розвитку суб'єкта. В соціології дані лонгitudу використовують, радше, у структурному зрізі, оскільки весь зібраний матеріал інтерпретується в характеристиках систем і типів зв'язків між особистістю і соціальним середовищем.

Однією з найважливіших відмінностей такого типу дослідження є те, що про репрезентативність у її класичному розумінні говорити не доводиться. У зв'язку з малою вибіркою є небезпека гіпертрофувати випадкові відмінності. Не досконалою є і сама вибірка, оскільки через необхідність підтверджувати готовність до тривалої участі в дослідженні вибірка лонгitudу, як правило, зберігає з часом, насамперед, учасників, що мають високий рівень освіти. Крім того, зафіксовані в часовій перспективі зміни можуть бути обумовлені різними причинами (вікові впливи, специфіка когорти), що ускладнює їх екстраполяцію на інших людей. Водночас перевагою лонгitudів є величезний матеріал, що дозволяє побачити життєву історію в усій її повноті. Цей метод дозволяє уникнути нівелювання унікальних особливостей та зрівнювання всіх учасників дослідження, як це відбувається за одномоментного обстеження.

Елдер скористався архівами лонгitudу, проведеного Інститутом розвитку людини Каліфорнійського університету в Берклі. Дослідження почалося 1928 року в Берклі й охоплювало 248 дітей, яких регулярно обстежували з 21 місяця до 18 років і потім по одному разу у 30 і 40 років. Паралельно в Берклі проводили ще один лонгitud, який охоплював невелику, але більш однорідну групу дітей, яких регулярно, з різними часовими інтервалами, обстежували впродовж 18 років, а потім у 21, 26 і

36 років. Третій лонгітюд почався 1932 року в Окленді. В ньому брали участь 212 п'ятикласників (середній вік – 11 років); інформація про попередні роки була відсутня, але детально вивчали підлітковий вік, юність і зрілість. Надалі первинні вибірки були з'єднані, а їх учасники ще два рази детально обстежені наприкінці 50-х і 60-х років. На останньому етапі були отримані дані про подальший розвиток 146 осіб (70 чоловіків і 76 жінок).

На відміну від базового дослідження, метою якого було з'ясування особливостей розгортання життєвого шляху залежно від психологічного розвитку особистості, Елдер поставив перед собою завдання простежити залежність структури життєвого шляху й індивідуальних доль покоління від змінних історичних умов і подій. При цьому суттєво змістилися акценти аналізу. Хоча змінні, використані в соціологічному дослідженні, є близькими до психологічних, оперуючи поняттями «індивідуальна біографія», «події», «вік», соціологи істотно трансформують дослідницьке поле. Життєвий шлях трактується в соціології як результат прагнення індивіда реалізувати суб'єктивно оптимальний у заданих ситуативних умовах варіант життєустрою, використовуючи наявні в його розпорядженні ресурси. Зв'язок життя людей із часом розглядають у площині впливу соціальних змін на життєві моделі когорт, що змінюють одна одну.

Як показав Елдер, покоління у своїх важливих рішеннях і подіях завжди пов'язане з життєвими шляхами інших поколінь і багато в чому повторює їхній життєвий розклад. Сам цей розклад структурується не тільки через поняття «події». Акцент робиться, радше, на соціальних нормах і очікуваннях життєвих подій відповідно до віку, передвизначеності найважливіших подій життя, які регулюють індивідуальні моделі життєздійснення.

Отже, саме звернення до біографічного аналізу на матеріалах лонгітюдів дало можливість істотно розширити спектр дослідницьких завдань у соціології. Життєві світи людей почали розглядати не просто як взаємопов'язані та однаково структуровані. Занурення індивідуальних біографій у макроісторичний часовий контекст дало можливість визначити загальну проблемну ситуацію когорти, а також виявляти різні детермінанти індивідуальної логіки дій. Дослідження Елдера «Діти Великої депресії» є в цьому сенсі «класикою жанру». Автором була запропонована модель, що дозволяла теоретично пов'язати життя людей і світ, що змінюється. Надалі її успішно застосовували і для дослідження інших когорт, наприклад, дітей періоду Другої світової війни.

Суть моделі полягала у виокремленні ключових типів зв'язку між важким становищем сімей і досвідом дітей. Такими змінними виявилися ведення домашнього господарства, відносини в сім'ї та рівень напруги. Діти Великої депресії проходили соціалізацію в ситуації сильного зниження доходів, що сприяло інтенсифікації домашнього господарства, залученню до нього не лише матерів, а і дітей. У результаті істотно трансформувалися сімейні стосунки, в першу чергу, в бік зростання авторитету матері, що загострювало проблему лідерства. Втрата доходу провокувала посилення сімейних розбіжностей. Дані лонгітюдів в Окленді та Берклі (для дітей пізнішої когорти) повністю підтвердили цю залежність.

Хоча різниця у віці складала лише вісім років, саме вік, у якому піддослідні зіткнулися з економічною кризою і депресією, відчутно вплинув на їхню долю. Старша когорта випробувала на собі тиск депресії безпосередньо, оскільки була прямо задіяна в економічній підтримці сім'ї. Це покоління прийняло на себе і всі тяготи Другої світової війни (90% обстежених чоловіків служили в армії). Для молодшої когорти економічна криза пов'язана з першими роками дитинства. Їх перехідний вік припав на економічний підйом, їх менше торкнулася і війна (близько половини чоловіків воювали в Кореї). Відмінності в умовах формування наклали відбиток на соціально-психологічний портрет цих людей, характер їхньої участі в суспільно-політичному житті і т. д.

Отже, опора на дані лонгітуду уможливила трансформації загальної історії в передісторію ухвалення індивідуальних рішень на основі комплексного аналізу чинників, що обмежували або розширювали спектр можливих виборів і напрями життєвого шляху. При цьому не був втрачений і когортний підхід, оскільки одночасно співвідносилися відрізки історичного часу й особливості їх проходження представниками різних когорт у різному віці, що вело до різних наслідків для індивідуальних життєвих шляхів.

Кінець кінцем, до багатовимірної моделі життєвого шляху почали включати не тільки кар'єру, сімейне життя, освіту, але й психосоціальний розвиток особистості, що дозволило вийти на поєднання в концепції життєвого шляху психологічного і соціологічного вимірів. При цьому методично в основі соціологічного дослідження життєвого шляху лежить, як і у психології, аналіз події, суть якого полягає в моделюванні впливу змінних (що залежать від часу), на розгортання життєвого шляху в цілому.

Як правило, дослідження життєвого шляху передбачають комбінування методів аналізу. Причому інколи в таких дослідження порушується типова послідовність, яку традиційно вважають за методично доцільну в поєднанні кількісних і якісних методів. Виходячи з принципу функціональної доповнюваності, якісні методи зазвичай розглядають як джерело формування понятійного апарату і побудови гіпотез наступного кількісного дослідження. Проте можливі й ситуації, коли не якісний аналіз передує кількісному, а кількісний визначає шлях відбору типових респондентів. Наприклад, вивчаючи спосіб відтворення соціального статусу молодими людьми з погляду сімейних біографій (Якубович, 1995), автори лонгітюдного дослідження «Шляхи покоління» використали сформовану на початку дослідження вибірку (*Начало пути. Поколение со средним образованием*, 1989). Спираючись на базу учасників лонгітуду, вони обрали для перших інтерв'ю тих індивідів, у яких уже відбулися основні події життя: отримання освіти, працевлаштування, придбання власного житла, одруження. З певної кількості респондентів, що задовольняли заданим умовам, було обрано тих, хто за даними попередніх обстежень був віднесений до групи найбільш «контактних». Це дало можливість уже на старті дослідження отримати змістовний матеріал для аналізу. Цілеспрямований добір одразу ж дав, наприклад, уявлення про два способи швидкого отримання житла у столиці (успадковане і службове житло), що згодом виявилось характерним для решти сімей. Таким чином, проблема спрямованого пошуку респондентів для проведення якісного етапу була розв'язана за допомоги використання кількісних емпіричних даних. Після якісного обґрунтування теорії передання статусів була частково формалізована і поширена на весь об'єкт (когорту) на наступному етапі лонгітуду. Таке використання кількісної та якісної методик для поглиблення концепції підтверджує доцільність комбінування методів. Окрім того, в цей спосіб можна досягти взаємного контролю зсувів у результатах, оскільки у двох типах методів природа зсувів є різною.

Інший відомий приклад застосування якісних методів після кількісних пов'язаний із соціологічним проектом «Авторитарна особистість» (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson, Sanford, 1950). Дослідження починалося з заповнення респондентами анкети, яка містила шкальовані та відкриті запитання, а також соціально-демографічний блок, де фіксувалися $\text{d}\ddot{\text{r}}\ddot{\text{d}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{e}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{ü}}$, $\ddot{\text{a}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{o}}\ddot{\text{t}}\ddot{\text{a}}$, $\ddot{\text{d}}\ddot{\text{d}}\ddot{\text{c}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{r}}\ddot{\text{e}}\ddot{\text{l}}\ddot{\text{c}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{ü}}$ $\ddot{\text{a}}\ddot{\text{i}}$ $\ddot{\text{e}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{o}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{n}}\ddot{\text{l}}\ddot{\text{z}}$ $\ddot{\text{n}}\ddot{\text{i}}\ddot{\text{ü}}$. На основі отриманих даних дослідницька група намагалася зробити висновки про загальну структуру соціального характеру, розкриваючи не лише явні, а

й латентні значення відповідей. Далі на основі кластерного аналізу виокремлювали респондентів, які набрали найвищі бали за шкалою *F* (шкалою фашизму). І лише після цього як спосіб перевірки кількісних результатів проводили глибинні інтерв'ю. Інтерпретацію цих інтерв'ю з використанням текстуального аналізу здійснював Т.Адорно (*Адорно*, 2001). Отже, автори проекту постійно переходили з групового на особистісний рівень аналізу і навпаки. Хоча згодом їх критикували за такий підхід, зокрема, було видано спеціальний збірник «Дослідження вибірки і методу авторитарної особистості» (*Studies in the Scope and Method of 'The Authoritarian Personality'*, 1954), проте загалом це був вдалий досвід поєднання якісних методів із масовим опитуванням.

Отже, можна констатувати, що опис «історії» окремої особистості, який дає можливість визначити ситуацію з погляду її безпосередніх учасників, можна плідно використовувати для вивчення процесів соціалізації, соціальної адаптації, соціальної ідентифікації. Водночас біографічний метод дозволяє відтворювати перспективу індивідуальних життєвих траєкторій, що розгортаються на тлі історичних подій, а отже, виникає можливість побачити картину соціальних змін в особистісному ракурсі. Уявляється, що теза Міда про взаємовплив і взаємообумовленість розвитку свідомості, самості та суспільства є актуальною і сьогодні, що значною мірою пояснює активний дослідницький запит на використання якісних методів у сучасному соціологічному дослідженні.

Соціальна ідентифікація

Крім уже розглянутих вище прикладів застосування якісних методів для дослідження процесів соціальної адаптації, соціалізації, формування життєвого шляху, широке використання якісні методи знаходять і в дослідженнях процесів соціальної ідентифікації. Особливої актуальності набуває аналіз цієї проблеми в умовах суспільних трансформацій, коли руйнуються ключові соціальні підґрунтя, на яких формувалася соціальна ідентичність.

Чудовою ілюстрацією продуктивності якісних методів у цьому контексті є, наприклад, масштабне дослідження процесів ідентифікації особистості в соціальному просторі «своїх» і «не своїх» груп і спільнот, виконане на зламі ХХІ століття під керівництвом В. Ядова (*Социальная идентификация личности*, 1993, 1994). В межах цього проекту активно застосовувалися якісні методи, про які тут іще не йшлося. Мається на увазі використання методики самовизначень «Я» (Козырев, Козырева, 1995; Козлова Т., 1995; Климова, 2002), техніки семантичного дифе-

ренціалу (Баранова, 2002), розроблення «кольороасоціативного тесту множинної соціальної ідентичності» (Шматко, Качанов, 1998) тощо.

Як бачимо, досить популярною стає в соціології модифікація відомих проєктивних методик. Скажімо, методика «20-и позицій» М. Куна і Т. МакПартленда (Kuhn, McPartland, 1954) відома як метод дослідження особистості, який дає можливість її інтеграційної оцінки з погляду соціально-психологічного статусу особистості та ступеня соціальної адаптації. Аналіз отриманих за допомоги цієї методики даних передбачає фіксацію всіх пред'явлених рефлексій, визначення їх загального обсягу і подальший розподіл у порядку їх актуалізованості у свідомості суб'єкта. Після розподілу всіх категорій рефлексій за рівнями значущості та визначення загального обсягу здійснюється кількісно-якісний аналіз їх змісту з метою визначення системи ідентичностей, сфери спілкування, референтних груп. Отримані результати можуть бути використані як основа для оцінки соціальної адаптованості. Отже, можна встановити наявність у системі ідентичностей груп різного рівня і спрямованості, виокремити найбільш відрефлексовані ідентичності та створити структуру рівнів спілкування, врешті, визначити стан адаптації особистості до соціального середовища. Одночасно за допомоги цієї ж методики можна виокремити сферу особових значень і проаналізувати її, ґрунтуючись на визначеннях на кшталт «я можу...», «я хочу...», «я вмю...» і т. д. Таким чином, методика стає додатковим інструментом для аналізу ціннісних орієнтацій особистості.

Автори запропонували і новий дослідницький інструментарій, який ґрунтувався на використанні в соціології здобутку психосемантики. Свого часу Т. Баранова переконливо обґрунтувала правомірність застосування для розв'язання соціологічних завдань методу побудови суб'єктивних семантичних просторів (Баранова, 1993: 94). Надалі дослідження позиціонування індивіда у просторах «ми – вони», «свої – чужі», «близькі – далекі» тощо стало фактично невід'ємною складовою вивчення процесів соціальної ідентифікації. Як приклад розглянемо методику «Осмилення понять, що відбивають соціальну реальність», спрямовану на виявлення того реального тезаурусу, за допомоги якого описують соціальну реальність респонденти (*Процессы идентификации личности*, 2004).

Необхідність її розроблення і застосування була пов'язана з тим, що семантичні поля, запропоновані розробниками для дослідження відношення до «своїх – не своїх» методом семантичного диференціала, показали, до речі в повній відповідності з вихідними постулатами Шюца

(Шюц, 1994), що існує відчутна різниця між первинними конструктами, якими оперують люди, і вторинними, що використовуються соціологами. Виявилось, наприклад, що конструкт «група найманих працівників», яку традиційно використовують соціологи, фактично не був відрефлексований як група реального віднесення учасниками дослідження. В результаті було ухвалене рішення включити в інструментарій опитування відкрите запитання, щоб з'ясувати, які поняття, що описують нову реальність, з'явилися в лексиконі респондентів, які змістилися на периферію семантичного ядра, а які залишилися, змінивши значення. Лише після цього розробники отримали можливість визначити актуалізовані та неактуалізовані поняття, що описують пострадянські реалії, і зробили висновок про те, що їх можна розглядати як чинник адаптації – неадаптації до змін. Окрім того, було отримане важливе підтвердження необхідності поєднання кількісного і якісного підходів в аналізі даних. У цьому разі зберігалася класична схема: спочатку, застосовуючи якісні методи, з'ясувати, які саме значення вкладають у поняття респонденти, а потім за допомогою отриманих даних конструювати інструментарій для кількісного дослідження.

Отже, бачимо, що якісне дослідження є ефективним не тільки у вигляді нарративних інтерв'ю, але, можливо, і на теренах «жорсткої методології», де феноменологічний підхід можна використовувати для аналізу відкритих запитань. При цьому предметом аналізу стають не лише відповіді як такі, а й коментарі до прямих відповідей на запитання. В аналізованому дослідженні соціальної ідентичності це дало можливість з'ясувати мотиви самовизначення людей у соціальному просторі.

Як і будь-який метод, використання відповідей на відкриті запитання в якісному дослідженні має свої переваги й обмеження. До переваг слід віднести, насамперед, можливість отримати альтернативи, пропоновані респондентами, а не конструйовані авторами. При цьому зникає небезпека «недогляду», «непродуманості», коли дослідник не бере до уваги щось справді важливе. Крім того, перед нами «чистий» результат, вільний від нав'язуваної респонденту ззовні логіки. Формулювання робочих гіпотез, проведене на основі аналізу відповідей на відкриті запитання, суттєво зближує конструкти другого порядку з конструктами першого порядку. До найскладніших моментів такого дослідження належить багатозначність тлумачень смислів, які вкладає респондент у свої пояснення. При цьому пропоновані різними дослідниками групування відповідей можуть істотно розрізнятися, зважаючи на суб'єктивність самих інтерпретаторів.

Важливим елементом дослідження є і сам процес формулювання запитань. Якщо в кількісних дослідженнях помилки у формулюванні запитань, приміром, перетин в одному запитанні різних категорій, ставлять під сумнів отримані результати, то в якісних це може стати основою для відкриття нових несподіваних поворотів. Наведемо приклад. У ході виконання практичних завдань із курсу «Соціологія особистості» студенти мали провести низку напівстандартизованих інтерв'ю з метою визначення особливостей перебігу процесів соціальної адаптації та соціальної ідентифікації студентів на етапі переходу від первинної до вторинної соціалізації.

Традиційно студентство розглядають як групу, що перебуває на етапі вторинної соціалізації. З цього виходили і розробники інструментарію, формулюючи для інтерв'ю запитання, спрямовані на виявлення міри самостійності та незалежності респондентів. Проте у формулюванні було допущено неточність, неприпустиму для закритого запитання. Респондентам довелося відповідати на запитання: чи «...вважаєте Ви себе дорослою самостійною людиною, здатною ухвалювати самостійні рішення?». Фактично було поєднано три різні категорії – «дорослість», «самостійність» і «здатність ухвалювати самостійні рішення». В результаті виявилось, що самостійність, пов'язану з традиційною лінією матеріальної незалежності, і самостійність як готовність ухвалювати і виконувати рішення респонденти розглядають як незалежні змінні. Крім того, об'єднання у тексті «дорослості» та «самостійності» дало можливість простежити складне співвідношення між цими ідентичностями. Виявилось, що, крім традиційних поєднань «дорослий – самостійний» і «не дорослий – несамостійний», можливі й інші комбінації. Наприклад, було показано, що навіть наявність усіх формальних ознак дорослості не гарантує відповідної самоідентифікації. Як переконливо сформулював цю суперечність один із респондентів, «...те, що я не вважаю себе дорослим, не говорить про відсутність самостійності фактично!!! Тому не знаю, як обґрунтувати те, що я не маю стосунку до людей, що вважають себе дорослими і самостійними, хоча у мене дитина, дружина, повний робочий день і життєві клопоти з усіма витікаючими!». Як наслідок, отримані в ході аналізу інтерв'ю результати дозволили уточнити дослідницькі завдання і поставити нові гіпотези.

Diāldnr̄čnú āi n̄lēč āčēīdčn̄r̄r̄ī' īiācō ēl̄n̄iāā ā 'ēl̄n̄iēō āin̄ēi-
 ācl̄iū d̄diōl̄n̄ā n̄iōr̄ēūūz l̄āln̄cōlēr̄ōl̄z, īr̄āl̄āēi ūl̄ iācī d̄dčēēr̄ā čr̄-
 d̄içč-īiū' īç n̄ōl̄dč ēērn̄č-īcō d̄dīlēñcāiçō ēl̄n̄iāčē. 'āln̄ūn' d̄dī «ко-
 льороасоціативний тест множинної соціальної ідентичності» (Шматко,

Качанов, 1998). Автори розробки прямо вказують на те, що звернення до кольорових асоціацій дозволяє фіксувати як усвідомлюваний, так і частково не усвідомлюваний рівні ідентичності. Простір особистісних смислів реконструюється не через змістовні визначення, а через кольорові асоціації, що знімає небезпеку впливу на відповіді ефекту «бажаності» чи «небажаності» приписуваних характеристик. Зокрема, автори експериментально підтвердили валідність кольороасоціативного тесту для вимірювання територіальної ідентичності, оскільки попередньо здійснене пряме парне порівняння номінацій територій виявилось ізоморфним кольороасоціативному тесту з тими самими номінаціями. Фактично було підтверджено не лише те, що сутнісні характеристики ставлення людини до значущих об'єктів і до себе самої відбиваються в кольорових асоціаціях з ними, було доведено можливість відійти від вербального контексту як такого, застосовуючи для аналізу не поняття, а образи.

Загалом можливості використання проєктивних методів у соціології особистості не задіяні на сьогодні повною мірою. Цікавим і перспективним видаються спроби звернутися до такого відомого способу проєкції, як створення малюнку. Розглянемо практичний приклад використання цього методу для аналізу процесів соціальної ідентифікації.

Нові можливості проєктивних методів

У сучасних дослідженнях для наочних репрезентацій образу використовують методика, в яких учасникам дослідження пропонують створити малюнок на задану тему. Єдиним чинником, що обмежує вибір образу у варіанті вільної образотворчості, є інтелектуально-асоціативний фонд особистості досліджуваного, його афективні установки. Отже, характер діяльності об'єкта спостережень і можливість інтерпретації малюнка наближають таку дослідницьку процедуру до проєктивних методик. При цьому предметом дослідження можуть бути як зміст зображення, так і аналіз формальних характеристик образу, а саме його форми, розміру, місця розташування тощо.

Прикладом такого емпіричного дослідження може слугувати вивчення просторових характеристик образів, у яких втілюється уявлення про відносини «Я» і держави (Злобіна, Мартинюк, Соболєва, Тихонович, 2004.). Теоретично модель будь-якого образу свідомості поєднує кілька складових. Зовнішній світ поданий в образі предметним змістом, світ культури – значенням, внутрішній світ – особистісним смислом. Дослідження структури образів абстрактних понять, переданих у малюнках, свідчать, що образ може центруватися навколо значення, коли, напри-

клад, для зображення поняття «справедливість» на малюнку використовують ваги Феміди, а може зосереджуватися на предметному змісті, коли це поняття застосовують до конкретної життєвої ситуації, яку зображують на малюнку. В будь-якому разі малюнок завжди відбиває особливості суб'єктивного образу, який виникає у його автора щодо зображуваного предмета.

Розробляючи процедуру дослідження, автори припускали, що топологія малюнків (розташування образів у просторі, відстань між ними, величина тощо) може відбивати спосіб переживання і відтворення особистістю свого зв'язку з державою. При цьому аналіз образної сфери дає інформацію про процеси глибинного плану, які не проходять через свідомість і вербалізацію. Тому на підставі формальних характеристик образів можна робити висновки про неусвідомлюваний рівень вияву того контексту, в якому людина сприймає і переживає своє місце в соціумі, оцінює ставлення держави до неї або висловлює власне ставлення до держави.

На відміну від психологічного аналізу, який спрямований, насамперед, на виявлення через рисунок особливостей розвитку психічних процесів людини, соціологічне дослідження спрямоване на визначення типових варіантів позиціонування людини стосовно держави, які визначають різні способи структуризації суб'єктивної картини світу. Відповідно, хоча загальна інтерпретативна схема залишається подібною, критерії аналізу малюнків суттєво відрізняються від тих, що застосовують у психологічному аналізі.

Скажімо, у психологічному дослідженні за допомоги піктограм застосовують критерій «конкретність – абстрактність», відповідно до якого максимально конкретне зображення поняття оцінюється нижче, ніж зображення абстрактне, оскільки репрезентує нижчий розвиток мислення. Для цілей соціологічного дослідження цей критерій був непридатний, оскільки авторів цікавила, насамперед, суть відносин особистості та держави, а не конкретність чи абстрактність відповідного зображення. По-іншому тлумачився і критерій «стандартність – оригінальність». Якщо у психологічному контексті оригінальний малюнок оцінюють вищим балом, то в соціологічному контексті увагу привертають, радше, стандартні зображення, оскільки саме вони передають типові образи відносин особистості та держави, що виступають системотвірними компонентами образно-символічного простору масової свідомості.

Інтерпретативна схема вивчення отриманого матеріалу складалася з двох етапів. Спочатку було проведено якісне дослідження образного континууму з метою визначення смислових одиниць аналізу образної

сфери. Далі за допомоги кількісних методів виокремлено типові взаємозв'язки формалізованих характеристик образів, що репрезентували найпоширеніші варіанти уявлень про відносини людини та держави, і досліджено взаємозв'язок типів уявлень із статевими чи віковими характеристиками авторів малюнків. Додатково здійснено якісний аналіз сюжетних малюнків, у яких «прочитувалося» емоційне забарвлення відносин «Я» і держави, містилася інформація про позитивний або негативний контекст цих відносин.

Як одиниці топологічного аналізу образів було виокремлено такі показники, як розміри фігур «Я» і держави; взаємне розташування фігур «Я» і держави у просторі зображення; відстань між фігурами «Я» і держави; наявність на малюнку векторів впливу між фігурами «Я» і держави.

З'ясувалося, що в зображеннях подано всі просторові параметри, проте найпоширенішими виявилися ті, що асоціюються з відносинами домінування або підпорядкування, а саме параметри «більше – менше» й «усередині – ззовні», які символічно відбивають переважне сприйняття людьми відносин держави і «Я» в контексті опозиції «панування – підпорядкування». За допомоги цих опозицій можна, насамперед, побачити, який із суб'єктів цієї пари вважається головним. Ілюстрацію цього бачимо на самих малюнках, автори яких звернулися до мовної символіки (рис. 1, 2). Знак оклику і порівняно невелика кома демонструють безумовний пріоритет держави у відносинах із людиною. Той самий знак оклику, утверджуючи «Я», в поєднанні із знаком питання щодо держави показують незаперечність позитивної самооцінки і сумніви щодо оцінки держави.



Рис. 1. Жінка, 18 років.

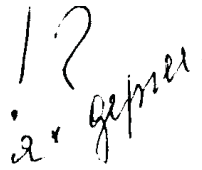


Рис. 2. Жінка, 46 років.

Контекст підпорядкованості «Я» державі передає і розташування фігур. Зокрема, на більшості малюнків фігура «Я» зображена всередині фігури «держава», що відбиває ідею поглинання більшим меншого. При цьому всередині майже завжди зображено маленьке «Я». Типові конфігурації такого типу бачимо на рис. 3, 4, 5.

Повертаючись до теми ідентичності, яку, як ми бачили, можна дослідити за допомоги різних якісних методів, бачимо спорідненість да-

них, отриманих різними шляхами. Так, позиція людини, яка вербалізується через визначення себе як маленької чи рядової, є певною мірою відбитком глибинної типізації відносин із державою, на її вибір впливає виявлена в малюнках неусвідомлювана диспозиція, що передує рефлексії й суттєво визначає її. Інколи малюнки доволі прямо ілюструють уявлення про «Я» залежне, «пішака», «маріонетку», по суті, ту саму «маленьку» людину (рис. 6, 7).



Рис. 3. Жінка, 19 років.



Рис. 4. Чоловік, 48 років.

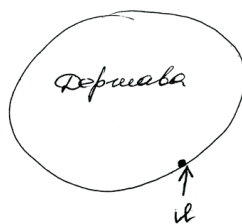


Рис. 5. Чоловік, 21 рік.



Рис. 6. Чоловік, 46 років.

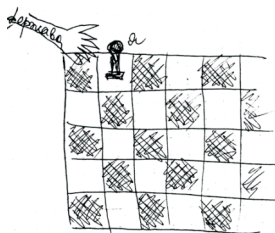


Рис. 7. Чоловік, 65 років.

Часто навіть у дуже лаконічних зображеннях прочитується емоційний підтекст. Скажімо, маленьке всередині великого може переживатися на особистісному рівні і як союз двох сердець, і як перебування за ґратами (рис. 8, 9).



Рис. 8. Жінка, 26 років.

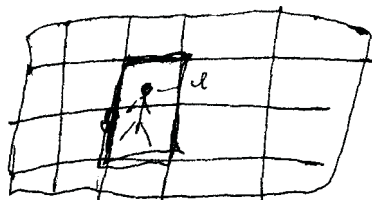


Рис. 9. Чоловік, 38 років.

Відносини «Я» і держави передають і емоційне забарвлення. Негатив, як правило, передає образ тиску, примусу. Це і мухобійка, від якої

намагається врятуватися мушка, і кавун, із якого висмоктано всі соки. Інші характерні сюжети демонструють рис. 10, 11, 12. Тут держава або до чогось примушує, або за щось карає, або щось відбирає. Спроби пручатися тиску є доволі рідкими (рис. 13).



Рис. 10. Чоловік, 23 роки.



Рис. 11. Чоловік, 44 роки.

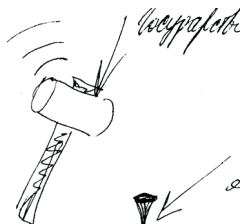


Рис. 12. Чоловік, 53 роки.



Рис. 13. Жінка, 48 років.

Позитивний образ центрується навколо ідеї створення державою сприятливих умов для життя людини. Досить популярні сюжети таких відносин передано зображенням «дерево – листок» або «квітка – пелюстка», а також уявленням держави як дому, сонця тощо (рис. 14, 15, 16, 17).

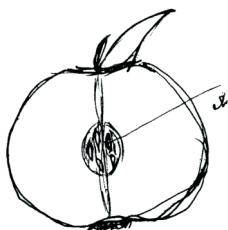


Рис. 14. Жінка, 28 років.



Рис. 15. Жінка, 18 років.

Той самий символ може використовуватися як у негативному, так і в позитивному контексті. Держава уявляється і як симпатичний кораблик, на якому людина зручно влаштувалася як пасажир (рис. 18), і як велетенський криголам, який насувається на маленького рибалку, загрожуючи

знищити його, можливо, навіть не помітивши цього (рис. 19). Отже, ви-
являється, що опозиція «велике – мале», хоча й є найтиповішою для
відображення відносин людини і держави, не є однозначною. Це не
лише домінування і тиск, а й піклування і допомога.

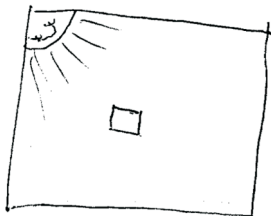


Рис. 16. Жінка, 47 років.



Рис. 17. Жінка, 30 років.

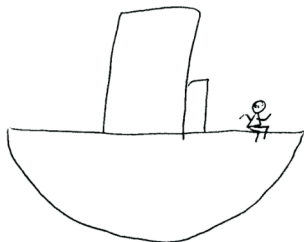


Рис. 18. Чоловік, 45 років.



Рис. 19. Чоловік, 28 років.

Таким чином, малюнки репрезентують виразну образну палітру, на
якій відносини держави і людини відображені низкою характерних типі-
зацій. Вони дають можливість дослідникові глибше зануритися в той
внутрішній символічний світ, який великою мірою скеровує поведінку
людей, підтвердити чи, можливо, піддати сумніву ті суто теоретичні ко-
нструкти «другого порядку», в яких схоплюють відносини держави і
людини професійні соціологи.

Наведений приклад добре ілюструє необхідність співвідношення ме-
тоду й об'єкта дослідження. Слід мати на увазі, що аналіз соціальної ре-
альності завжди припускає безліч рішень і не зводиться до вивчення ін-
дивідів або їх спільностей. Інтегральні характеристики суспільства, кон-
кретних соціальних явищ і процесів, як правило, не виводяться з харак-
теристик окремих індивідів або окремих соціальних груп. Водночас
адекватно передати цю цілісність неможливо тільки на основі викорис-
тання статистичних моделей. Вона може бути досягнута лише в поєд-
нанні з менш формалізованими, менш строгими, але більш синтетични-
ми методами, такими як монографічний, біографічний, ретроспектив-

ний аналіз. Великі можливості відкриває і використання в соціологічних дослідженнях спеціальних модифікацій проєктивних методик.



Література

1. *Адорно Т.* Исследование авторитарной личности. – М.: Академия исследований культуры, 2001.
2. *Баранова Т.С.* Психосемантические методы в социологии // Социология: 4М. – 1993–1994. – № 3–4.
3. *Баранова Т.С.* Эмоциональное «Я – Мы» (опыт психосемантического исследования социальной идентичности) // Социология: 4М. – 2002. – № 14.
4. *Готлиб А.С.* Социально-экономическая адаптация россиян: факторы успешности–неуспешности // Социологические исследования. – 2001. – № 7.
5. Дёмин А.Н. О совмещении количественного и качественного подходов // Социология: 4М. – 1999. – № 11.
6. *Злобіна О., Мартинюк І., Соболева Н., Тихонович В.* Соціальний простір життя як суб'єктивна символічна реальність. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2004.
7. *Климова С.Г.* Критерии определения групп «мы» и «они» // Социологические исследования. – 2002. – № 6.
8. *Козлова Н.Н.* Как мы делали наш выбор? // Свободная мысль. – 1991. – № 17.
9. *Козлова Н.Н.* «Слабое место» социальной реальности // Социологические исследования. – 1993. – № 2.
10. *Козлова Н.Н.* Крестьянский сын: опыт анализа биографии // Социологические исследования. – 1994. – № 6.
11. *Козлова Н.Н.* Горизонты повседневности советской эпохи: Голоса из хора. – М.: ИФ РАН, 1996.
12. *Козлова Т.З.* Самоидентификация некоторых социальных групп // Социологические исследования. – 1995. – № 5.
13. *Козырев Ю.Н., Козырева П.М.* Дискурсивность социальных идентичностей // Социологический журнал. – 1995. – № 2.
14. Начало пути. Поколение со средним образованием. – М.: «Наука», 1989.
15. Процессы идентификации личности в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999–2002 гг.): Мастер-класс профессора В.А.Ядова. – М.: «Аспект Пресс», 2004.

16. Семёнова В.В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: «Добросвет», 1998.
17. Смирнов С.В. Российские эмигранты в Северной Маньчжурии в 1920–1945 гг. (проблема социальной адаптации). – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2007.
18. Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. – М.: Изд-во МГУ, 1987.
19. Социальная идентификация личности. – Вып. 1. – М.: Институт социологии РАН, 1993.
20. Социальная идентификация личности. – Вып. 2. – М.: Институт социологии РАН, 1994.
21. Шматко Н.А., Качанов Ю.Л. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования // Социологические исследования. – 1998. – № 4.
22. Шюц А. Формирование понятия и теории в социальных науках // Американская социологическая мысль. – М.: Изд-во МГУ, 1994.
23. Якубович В. Качественные методы или качество результатов? // Социология: 4М. – 1995. – № 5–6.
24. Adorno T., Frenkel-Brunswik E., Levinson D.J., Sanford R.N. The Authoritarian Personality. – N.-Y.: Harper, 1950.
25. Elder G.H. Jr. Children of the Great Depression: Social Change in Life Experiences. Chicago: University of Chicago Press, 1974.
26. Giddens A. Nine Theses on the Future of Sociology // A.Giddens. Social Theory and Modern Sociology. – Cambridge: Polity Press, 1987.
27. Kuhn M. H., McPartland T. S. An Empirical Investigation of Self-Attitudes // American Sociological Review. – 1954. – Vol. 19.
28. Studies in the Scope and Method of 'The Authoritarian Personality'. – Glencoe, Illinois: The Free Press, 1954.
29. Thomas W., Znaniecki F. The Polish Peasant in Europe And America. – N.-Y.: Dover Publications, 1958.

Словник термінів

Життєвий шлях – історія формування і розвитку особистості в певному суспільстві, сучасника певної епохи й однолітка певного покоління.

Лонгітюдний метод – метод, що передбачає багаторазове дослідження тієї самої людини або тієї самої групи осіб упродовж досить тривалого відрізка життєвого шляху.

Проективні методи – сукупність дослідницьких процедур, які дозволяють отримувати науково обґрунтовані дані про ті установки або мотиви, інформація про які за застосування прямих дослідницьких процедур піддаються певним викривленням. Такі викривлення можуть мати з боку респондента як усвідомлюваний, так і неусвідомлюваний характер.

Психосемантика – науковий напрям, орієнтований на дослідження розвитку і функціонування системи значень індивіда. Головні проблеми: дослідження існування значень в індивідуальній свідомості у вигляді образів, знаків, символів, символічних дій, впливу на них емоційних і мотиваційних чинників. Основним методом психосемантики є побудова суб'єктивних семантичних просторів.

Соціалізація – сукупність взаємопов'язаних процесів засвоєння і відтворення індивідом соціального досвіду, необхідного і достатнього для повноцінного включення в суспільне життя і філо-онтогенетичного формування і розвитку відповідних властивостей і якостей індивіда, його становлення як конкретно-історичного типу особистості, суб'єкта соціокультурних практик даного суспільства.

Соціальна ідентифікація – 1) визнання за людьми приналежності до конкретної групи з боку зовнішнього оточення; 2) процес і результат самоототожнення індивіда з якоюсь людиною, групою, зразком; 3) один із механізмів соціалізації особистості, за допомоги якого інтеріоризуються певні норми поведінки, цінності тощо тих соціальних груп або індивідів, з якими особистість себе ідентифікує.

Контрольні запитання

1. Для дослідження яких процесів, насамперед, застосовуються якісні методи в соціології особистості?
2. У чому суть дослідницької стратегії, застосованої У. Томасом і Ф. Знанецьким?
3. Якими є особливості аналізу наративних документів у дослідженні процесів соціальної адаптації?
4. Як можна застосовувати для аналізу соціальної адаптації метод фокус-груп?
5. У чому полягає специфіка застосування матеріалів лонгітюдних досліджень у соціології особистості?
6. Чим визначають особливості компонування кількісних і якісних методів у дослідженнях?
7. Які проективні методики застосовують у якісних дослідженнях процесів соціальної ідентифікації?



Теми рефератів

1. Якісні методи у дослідженні процесу соціальної адаптації особистості (на прикладі дослідження У. Томаса і Ф. Знанецького «Польський селянин в Америці та Європі»).
2. Методологія і методи проекту «Авторитарна особистість».
3. Якісні методи в соціологічних дослідженнях життєвого шляху.
4. Проективні методи в дослідженні процесів соціальної ідентифікації.
5. Особливості поєднання якісних і кількісних методів у дослідження процесів соціальної адаптації.
6. Наративне інтерв'ю в дослідженнях процесу соціалізації.

Лекція 10

ЛІНГВІСТИЧНЕ КОНСТРУЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ

Роль якісних методів у розв'язанні методологічних проблем вимірювання конфліктності

Конфлікт (зокрема, соціальний конфлікт) має низку особливостей, що ускладнюють його вимірювання. По-перше, конфлікт – це ситуація невизначеності, тому в ньому часто домінують різні нерациональні фактори, пов'язані з проявом емоцій, почуттів, переживань. Їх важко зафіксувати й перевести в кількісні показники і при цьому бути впевненим, що відбито реальну картину конфліктної взаємодії. По-друге, наявність різних суб'єктів і сторін конфлікту породжує суперечливі образи конфліктної ситуації, що перешкоджає адекватному баченню конфліктної взаємодії. По-третє, при управлінні конфліктом важливо визначити рівень довіри сторін одна до одної, виявити сигнали готовності до завершення конфлікту, встановити, що сторони сприймають як виграш, за якими позиціями конфлікту можуть бути зроблені поступки й вироблені компромісні рішення. Усі ці та інші характеристики управління конфліктною ситуацією емпірично складно фіксуються і не можуть бути виміряні за допомоги лише кількісних методів.

У «якісній соціології» проблема соціальних конфліктів отримує принципово нові можливості інтерпретації з використанням особливих дослідницьких практик, способів або тактик дослідження, розмежування яких доволі умовне. Зазвичай у дослідницькому процесі кілька з них можуть гармонійно поєднуватися між собою, проте кожен тип дослідження спрямований на специфічний предмет і додержується власної процедури.

Метод *кейс-стаді* (case study) застосовують переважно під час вивчення локальних конфліктних процесів, наприклад, при дослідженні

проблеми страйків і конфліктів на підприємствах (Козина, 1995). У центрі уваги кейс-стаді – «сконцентований, хронологічно детальний опис розвитку однієї екстремальної події в житті співтовариства і його наслідків» (Семенова, 2005: 83). Саме як така подія може розглядатися конфліктно-екстремальна ситуація та її наслідки. Оскільки головною метою кейс-стаді є опис та аналіз випадку, ця тактика дає змогу також сформулювати банк даних з описом різних конфліктних ситуацій і варіантів реагування на конфлікт.

При реалізації *біографічного методу* проблема конфлікту не є головною, бо в центрі уваги опиняється «вивчення плину всього життя людини, його внутрішньої динаміки, його вбудованості в соціум, суб'єктивного управління і набутого досвіду» (*Биографический метод*, 1994: 6). Проте деякі повороти життєвого шляху багато в чому визначаються впливом різноманітних конфліктів (як конфліктів макро- і мегарівня, що виявляються в різноманітних сферах життєдіяльності суспільства, так і конфліктів мікрорівня, зумовлених впливом соціальних трансформацій). Одним із визначальних чинників формування життєвих стратегій є ціннісний світ і пов'язані з ним ціннісні інтерпретації конфліктних ситуацій. У зв'язку з цим підхід до інтерпретації текстового матеріалу з позиції аксіології конфлікту (Даниленко, 2003) розкриває додаткові інтерпретативні можливості якісних методів. Перевага аксіоконфліктного підходу до аналізу біографічного матеріалу зумовлена ще й тим, що біографічний метод передусім зорієнтований на дослідження поведінки людей з точки зору «інституціонального регламенту», який, з одного боку, сам є передумовою виникнення конфліктів (між особистісним і соціальним, зовнішнім і внутрішнім контуром сприйняття індивідуальної біографії), а з іншого – залежить від соціальних конфліктів, котрі є найважливішим чинником його зміни. Отже, під час інтерпретації текстового матеріалу, отриманого в результаті біографічного дослідження (Скокова, 2004), актуалізуються методи якісного аналізу текстів, які містять аксіоконфліктні індикатори (Даниленко, 2003).

Обираючи метод *усної історії* (oral history), «що описує суб'єктивний досвід переживання історичних подій» (Семенова, 2005), ми можемо описати суб'єктивний досвід переживання соціально значущого конфлікту, порівнявши виявлені наративи стосовно конфлікту (Даниленко, 2004а), різні образи конфлікту, що стоять за цими наративами, з офіційними та «легітимними» наративами стосовно конфлікту (відображеними в підручниках історії, засобах масової інформації тощо). Завдяки тактиці *oral history* можна простежити історію становлення різноманітних рухів та організацій, котрі є суб'єктами цікавого для нас конфлікту, а також скласти про них повніше уявлення, порівнюючи отримані емпіричні

дані із інформацією з інших джерел. Усна історія також дає можливість використання унікального досвіду особистісного переживання певних подій історії з метою виявлення специфічних характеристик конфлікту: наприклад, визначення характеристик мови конфлікту передтоталітарних суспільств, аналіз комунікативних практик, що відображають типові стратегії конфліктної поведінки в період революційних перетворень. Діапазон аналізу при цьому доволі широкий: від революції 1917 року (конфлікти якої можна аналізувати за допомоги спогадів і щоденників сучасників) до «оксамитових революцій» у сучасній Східній Європі (пошук аналогій, типових, повторюваних і унікальних виявів конфліктності, аналіз різноманітних варіантів реагування на конфлікт тощо).

Тактика *сходження до теорії* (grounded theory) «полягає у розгляді конкретної життєвої ситуації як форми вияву певного феномена, що підлягає теоретизуванню – узагальненому абстрактному поданню у вигляді теоретичного твердження або гіпотези щодо даного феномена, що спостерігається в реальній практиці» (Семенова, 2005: 97). Ця тактика методично наближена до кейс-стаді, але спрямована на «теоретизування випадку» або «побудову теорії випадку» (Страусс, Корбин, 2001). Її застосування дає змогу не лише створити банк інформації з описом унікальних і типових виявів конфліктності в певних соціальних ситуаціях (що можна зробити й у межах кейс-стаді), а також узагальнити, систематизувати ці вияви, доповнити на підставі отриманого емпіричного матеріалу наявні динамічні моделі конфлікту (скажімо, знайти способи включення нового знання про ірраціональні вияви конфліктності в наявні теоретичні конструкції).

Етнографічне дослідження конфлікту дає змогу встановити специфіку мовних комунікативних стратегій повсякденної практики колективних утворень, потенціал мови конфлікту молодіжних субкультур, різних національно-етнічних і професійних спільнот. Для цього можна провести спеціальне якісне дослідження предмета, але вторинна інтерпретація емпіричних даних також дає можливість отримати цінний конфліктологічний матеріал. Наприклад, у правці «Сучасний міський фольклор» наведено результати етнографічного дослідження традицій субкультур, ритуалів, обрядів, мовного побуту сучасного міста (*Современный городской фольклор*, 2003). Під час аналізу «живих» фольклорних текстів з позиції конфліктологічного знання стають очевидними правила комунікативної поведінки жителів міста, порушення яких призводить до «несанкціонованого» й неінституціоналізованого прояву

конфліктності. Також уточнюються різні способи запобігання і зняття конфліктних ситуацій через використання стандартних фольклорних елементів у мовній поведінці. Все це є важливим компонентом конфліктологічної експертизи, дає змогу прогнозувати можливі сплески руйнівної конфліктності, а також вибирати найефективніші варіанти реагування на конфлікт з урахуванням комунікативних характеристик його учасників.

Аналіз матеріалів якісних досліджень, а також особистих спостережень «соціологів-якісників» дає змогу помітити, що конфлікт і сам по собі може розглядатися як пізнавальний засіб (Готлиб, 2005; Семенова, 1998; Траусс, Корбин, 2001; Мещеркина, 2002; Квале, 2003). Наприклад, у разі проведення біографічних інтерв'ю фіксують низку особливостей мовної поведінки того чи того інформанта, які можна розуміти як знаки прихованих конфліктів. До них належать виникнення «фігур замовчування» в наративних інтерв'ю, відхід від теми, відмова коментувати певні ситуації, явне переважання займенників над власними іменами при називанні деяких учасників подій, – скажімо, у розповіді про школу вчителів називають тільки «вони» (Мещеркина, 2002). Інтерпретація всіх цих проявів, «знаків конфліктності» є незавершеним завданням у царині якісної соціології.

Важливим методологічним питанням також є розшифровка граматичних і лексичних характеристик мовлення як форми передачі конфліктного, байдужого або солідарного ставлення. Виконання цього завдання близьке до психоаналітичних практик інтерпретації, але не зводиться до них, бо визначальним у розгортанні конфліктної події в просторі й часі є соціокультурний контекст. Тому тут доречно орієнтуватися не стільки на психоаналіз, скільки на граматичний метод О. Розенштока-Хюссі, адаптований до технологій дослідження й розв'язання сучасних соціальних конфліктів (Даниленко, 2004б). Усі ці й інші підходи увіходять до сфери лінгвоконфліктологічного аналізу. Конфлікт виступає як додатковий код, а наратив про конфлікт – як свого роду «відкритий код» – «текст для прочитання тексту», в термінах М. К. Мамардашвілі (Мамардашвили, 1992).

Пізнавальні можливості конфлікту, конфліктологічне знання доцільно враховувати як на етапі збирання інформації в якісному дослідженні, так і (причому значно більшою мірою) на етапі її інтерпретації. Лінгвоконфліктологічний підхід до аналізу комунікативних процесів розкриває нові інтерпретаційні поля, дає можливість виявити приховані змісти, фактори формування індивідуальних стратегій, зрозуміти мотиви тих чи

інших учинків, виявити конфліктологічні витoki кризи ідентичності тощо. Характеристики конфлікту, приховані в тексті, служать показником внутрішніх і зовнішніх трансформацій, як індивідуальних, так і соціальних.

Методологічні засади й процедура конфліктологічного контент-аналізу

Одним із ключових компонентів лінгвоконфліктологічного аналізу можна вважати конфліктологічний *контент-аналіз*. Різні модифікації методу контент-аналізу засновані на відмінних методологічних засадах. Контент-аналіз (від англ. content – зміст) – як «метод якісного змістовного аналізу джерел» (*Хвостова*, 1989: 137), – притаманний, насамперед, культурологічним дослідженням. Інший варіант його визначення – «якісно-кількісний метод вивчення документів, що характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури й полягає у квантифікаційному обпрацюванні тексту з подальшою інтерпретацією результатів» (*Іванов*, 1994: 217). Цей підхід набуває послідовного втілення в моделі аналізу засобів масової комунікації як перспективне сполучення якісної й кількісної складових (*Костенко, Іванов*, 2003). У більшості ж прикладних соціологічних дослідженнях контент-аналіз використовують переважно в кількісному аспекті, заснованому на підрахунку дослідником значенневих одиниць: наприклад, «екологічність газети» визначається частотою публікацій і ключових слів на екологічну тему у виданнях (*Стегний*, 2000).

При проведенні контент-аналізу ключовим моментом є розроблення одиниць і категорій дослідження. Традиційно основною одиницею аналізу є символ, котрий Г. Лассуелл, маючи на увазі ідеологічний символ, розглядав як технічний термін для слів, що фіксують ціннісне ставлення тих, хто їх уживає. Також визначають одиниці розрахунку, що вимірюють число елементів тексту, знаходження яких є метою дослідження (*Іванов*, 1994: 222). Такий варіант кількісного контент-аналізу розкриває перспективи подальшої якісної інтерпретації тексту. Приклад цього – праця К. Юнга «Діагностика диктаторів», у якій він, посилаючись на «лассуеллівський» підрахунок кількості згадувань різних похідних від дієслова «бити» в уривку публічної промови Сталіна зі збірника «Питання ленінізму» (виголошеної 1931 року з приводу прискорення темпів промислового і сільськогосподарського виробництва), проводить подальшу психоаналітичну інтерпретацію символів цього тексту. «В термінах Лассуелла, нав'язлива ідея Сталіна про биття як у прямому, так і в

переносному значенні є яскравим прикладом перенесення особистих мотивів з об'єктів родини на об'єкти суспільства», – і далі виявляються передумови формування конфлікту у свідомості і способів сублимації таких конфліктів диктатором у реальних ситуаціях, що вимагають розв'язання (Юнг, 1999: 501).

У конфліктологічному аналізі тексту «якість» символу, його «навантаженість» конфліктним підтекстом, який виявляється лише у взаємозв'язку з іншими елементами тексту й у соціокультурному контексті, можуть бути вагомішими, ніж кількість явних конфліктних символів. Часом одного конфліктного символу і сполучених із ним знаків конфліктності буває досить для фіксації передумов прояву деструктивних інтенцій. Незважаючи на це, не можна залишити без уваги й таку кількісну модифікацію контент-аналізу, як *комп'ютерний аналіз тексту*, окремі практики якого адаптовані безпосередньо до проблеми конфлікту. У праці Р. Хогенраада «Прогнозування розвитку конфліктів за допомоги комп'ютерного контент-аналізу» пропонується «метод, заснований на вивченні розриву між двома мотивами: потребою в домінуванні й потребою в афіліації, наявними в текстах, які відбивають аналізовану ситуацію» (Хогенраад, 2004: 158). Індикатори цих мотивів обчислюються за допомогою «комп'ютерного мотиваційного словника», динаміку розриву між мотивами розглядають як показник потенційного загострення конфліктної ситуації або примирення. Перевагою комп'ютерного контент-аналізу є можливість опрацювання істотних обсягів текстової інформації. Його вада – у раціоналізації процедури аналізу, а також неможливості розглянути текст у цілісному його сприйнятті, одержати враження від його образів, прихованих змістів, метафор, що втілюють конфліктний потенціал – від «конфліктних інтонацій» до «конфліктних цінностей». Комп'ютерний контент-аналіз можна розглядати як допоміжний інструмент, наприклад, для висування гіпотез щодо можливого виникнення конфліктів або тенденцій їхнього розвитку. Перевірку ж цих гіпотез доцільно здійснювати за допомоги *якісного контент-аналізу* ціннісних інтерпретацій конфліктно-екстремальних ситуацій і конфліктної поведінки.

Текст у цьому випадку важливий як носій не лише інформації, а й культури, духу свого часу. У зв'язку з цим традиційні «схеми» якісного контент-аналізу ускладнюються, оскільки необхідно приділяти особливу увагу «ірраціональним шарам» тексту, способам його впливу, індивідуальному враженню, яке справляє текст на людину, що має збагачувати, але не спотворювати отриману картину.

У кожному тексті є свій особливий настрій – гармонійний або конфліктний, формування якого відбуває глибше за раціональне збагнення, впливаючи не на розум людини, а на її почуття, емоції, підсвідомість. Створенню такого настрою, а також гармонійної або конфліктної установки сприяють *конфліктні структури текстів*, – значеннєві або образні конструкти, сполучення слів і знаків. Тут особливого значення набуває розуміння тексту в традиції В. Дільтея (*Дільтей*, 1996) і В. В. Розанова: «Розуміння в обох філософів набувало значення підсвідомого проникнення, по-перше, у себе – самоспостереження, а по-друге, до чужого світу – “вживання”, “співпереживання”, “вчування”» (*Розанов*, 1990: 603). Такий підхід дає можливість наблизитися до загадки ірраціонального, відчути «тканину тексту», зрозуміти особливості нераціональних проявів конфліктності, відбитих у цій «тканині». Однак при цьому досить складно розв’язати проблему квантифікації.

У конфліктологічному контент-аналізі впоратися з розв’язанням цієї проблеми допомагає звернення до методології аналізу чарівної казки, запропонованої й всебічно обґрунтованої В. Я. Проппом у працях «Морфологія казки», «Історичні корені чарівної казки» і «Російська казка» (*Пропп*, 1969; 1984; 1996). Можливості адаптування цієї методології для аналізу конфліктів визначаються аналогією структурної моделі чарівної казки й динамічної моделі конфлікту (*Даниленко*, 2003). Морфологічні елементи конфлікту можуть бути виявлені подібно до того, як вирізняються морфологічні елементи казки в ціннісному аспекті. Крім того, підхід В. Я. Проппа, містить «ключі» і «коди» для розшифровки ірраціональних шарів текстового матеріалу, що дуже важливо в аналізі конфлікту.

Морфологічний підхід дає змогу виявити повторювані структурні елементи. Це формальний підхід до тексту на відміну від кількісного підрахунку значеннєвих одиниць у традиційній схемі контент-аналізу. В разі проведення конфліктологічного контент-аналізу ключовими структурними елементами слід розглядати конфліктні структури в тексті, які, хоча й фіксуються кількісно, але найбільше значення мають як носії певних якісних характеристик. Тому рівень конфліктності тексту визначається не тільки й навіть не стільки кількістю конфліктних структур, скільки їхньою інтенсивністю, а деструктивний або позитивний потенціал конфліктності – шляхом співвіднесення ціннісних орієнтацій, закладених у тексті зі шкалою гармонійних цінностей. Вимірювання ірраціональних складових конфлікту можливо реалізувати шляхом ідентифікації конфліктних образів, символів, метафор, тобто аналогічно до

того, як це робиться в казках, де структурний каркас, що становить морфологію казки й відтворюється в текстах цього жанру, наповнюється життям і розмаїтістю завдяки символічним і метафоричним діям героїв і сюжетним образам.

Для здійснення конфліктологічного контент-аналізу доцільно, на наш погляд, використовувати такі індикатори:

- 1) ціннісні орієнтації: а) співвіднесення з побудованою гармонійною шкалою цінностей; б) виявлення ціннісно-інструментальних характеристик за допомоги співвіднесення із ціннісними параметрами, що відображають пари «типових змінних дії»;
- 2) наявність деструктивних тенденцій;
- 3) ступінь твердості висловлювань і формулювань;
- 4) визначення загального настрою тексту (роль слова, кольору, символів, метафор у створенні гармонійних або конфліктних образів, суб'єктивне «відчуття» тексту);
- 5) наявність закликів і їхня спрямованість;
- 6) виявлення символів і образів, що несуть конфліктні структури, з можливим залученням психоаналізу для розшифровки структур латентної конфліктності;
- 7) наявність смислових суперечностей у тексті;
- 8) емоційна насиченість і її знаковість (позитивна чи негативна).

Розглядаючи текст за цими критеріями, можна виявити його конфліктність або гармонійність, спрямованість і характер впливу. Аналізу піддають релігійні, художні, політичні й інші тексти. Кожен із них висвітлює особливу грань пізнання соціальних конфліктів. Проза дає найбільш повний опис ситуації вибору (наприклад, романи Ф. М. Достоєвського, Ф. Кафки, де відображено ситуацію морального вибору й пов'язані із цим інтерпретації конфлікту у свідомості). Релігійні тексти найяскравіше відбивають певну систему цінностей і її вплив на вимоги до поведінки в конфлікті. Поетичні твори дають змогу глибше зрозуміти емоційний вплив текстів на людину, «емоційну насиченість» образів, символів, квітів, визначити її в термінах конфліктності або гармонійності, що потім допомагає точніше розшифрувати символіку й метафоричність, наприклад, політичних текстів.

Матеріалом для конфліктологічного аналізу є будь-які тексти, що супроводжують виникнення, розвиток і розв'язання конфлікту, – як ті, які інтерпретують конфлікти, так і ті, що мають у собі конфліктний потенціал, наприклад, *листівки, виступи суб'єктів конфліктів у засобах масової інформації, повсякденне мовлення з конфліктними мовними*

структурами. Ці два варіанти часом сполучаються і в одному текстовому документі. Скажімо, листівка може містити одну з версій інтерпретації конфлікту, що спричинятиметься до його загострення або навіть нових конфліктів, і одночасно, сама по собі складатися з конфліктогенних структурних елементів. Такі тексти є не тільки джерелом достовірних відомостей, а й полігоном для відпрацьовування поведінкових моделей, сценаріїв розвитку подій у конфлікті, коли його суб'єкти керуються тими чи тими цінностями.

Варто враховувати, що жорстке «припасування» під одну схему дослідження створює обмеженість у збагненні конфліктів, тому є сенс комбінувати різні підходи й дослідницькі тактики. Наприклад, у разі пошуку змін у наративах про конфлікт якісний контент-аналіз доцільно використати у вигляді його наратив-конфліктологічної версії, що дає змогу прогнозувати тенденції соціальних змін (Даниленко, 2004а). Досить корисно доповнити цю процедуру іншими методами аналізу текстів, наприклад, інвент-аналізом, або дискурсивним аналізом (Ван Дейк, 1989), відшукавши оптимальну модель комбінації їх у рамках лінгвоконфліктологічного підходу до дослідження комунікативних процесів.

Доречним буде й плідне сполучення якісного й комп'ютерного контент-аналізу, особливо коли потрібно встановити домінантні лексичні одиниці в мові різних суб'єктів конфлікту, взаємозв'язки ціннісних і мовленнєвих орієнтацій, а також для взаємної перевірки роботи цих двох методів й уточнення інструментарію як якісного, так і кількісного дослідження.

Конфліктологічний контент-аналіз як якісний метод соціології є ключовою складовою конфліктологічної експертизи, оскільки дає змогу зафіксувати різні образи конфліктної ситуації (з урахуванням емоційних і когнітивно-вольових проявів конфліктних взаємодій), які необхідно враховувати в підсумковій експертній оцінці конфлікту і тенденцій його розвитку.

Карта метамови конфлікту: дослідження конфліктного потенціалу соціокультурних ідентичностей

Особливості застосування лінгвоконфліктологічного підходу розгляньмо на прикладі вимірювання конфліктного потенціалу соціокультурних ідентичностей, реалізованого в рамках дослідження «Конструювання історії: від конфлікту інтерпретацій до формування нових ідентичностей в умовах Пограниччя» (липень 2005 – травень 2006 року) і

грунтованого на аналізі 96 поглиблених проблемно-орієнтованих інтерв'ю (Даниленко, 2007).

Як одну з моделей дослідження процесів формування нових ідентичностей і їхнього конфліктного потенціалу можна розглядати побудову карти метамови конфлікту. Для цього вимірюють особливості лінгвістичного конструювання образу ворога, визначають домінуючу ідею конфліктного або творчого характеру, подробиці сприйняття загальної історії, що має значення, яке об'єднує або, навпаки, провокує конфліктність. При цьому мова конфлікту постає, насамперед, як засіб інтерпретації.

Мову конфлікту розуміють як певну семіотичну систему, здатну маркувати й транслювати певний рівень конфліктного потенціалу, котрий може бути оцінений за шкалою «конфлікт–згода». Мова конфлікту має певні норми, безпосередньо пов'язані з нормами й цінностями тієї соціальної системи, стосовно до якої він розглядається. Саме шляхом аналізу мови конфлікту можна виявити узгодженість або неузгодженість інституціонального й повсякденного контекстів соціальних взаємодій.

В основі методології інтерпретації текстів – морфологічний підхід В. Я. Проппа (Пропп, 1969), граматичний метод О. Розенштока-Хюссі (Розеншток-Хюссі, 1994) й семіотичний підхід до аналізу метамови культури Ю. М. Лотмана (Лотман, 2004), а також ідеї П. Бергера й Т. Лукмана про механізми конструювання соціальної реальності (Бергер, Лукман, 1995).

У граматичному методі Ойгена Розеншток-Хюссі принципово важливими є механізм взаємозв'язку змін мови й соціальних змін, а також методологічна структура граматичного методу. «Граматичний метод – це шлях, на якому людина усвідомлює своє місце в історії (позаду), світі (зовні), суспільстві (усередині) й долі (попереду). Граматичний метод доповнює й розвиває, таким чином, саму мову, бо, хоч вона й задала людині напрямок і на століття зорієнтувала стосовно її місця у всесвіті, сьогодні потрібне додаткове усвідомлення цієї сили, що спрямовує й орієнтує» (Розеншток-Хюссі, 1994: 21). Саме ця структура визначає сегменти карти метамови конфлікту.

У розробці інструментарію використано потенціал робіт з побудови карти метамови покоління в якісній соціології (В. В. Семенова та ін.), а також методологічні принципи й процедура дослідження процесів ідентифікації в соціальному просторі «своїх» і «не своїх» (В. А. Ядов, Е. Н. Данилова, О. А. Оберемко та ін.) (Данилова, 2005; *Процессы идентифика-*

ци, 2004; *Социальная идентификация личности*, 1993; *Социальная идентичность*, 2004).

Процедура збирання матеріалу

Побудова карти метамови конфлікту (КМК) передбачає фіксацію характеристик мови конфлікту в різних джерелах інформації. Таким важливим джерелом є проведення поглиблених проблемно-орієнтованих інтерв'ю з експертами, що дає можливість одержати наратив про різні події, пов'язані з конфліктом інтерпретацій або з реальними конфліктними зіткненнями. Наративи про конфлікти є основним емпіричним матеріалом при побудові КМК. *Наратив* розуміється як «послідовність взаємозалежних соціальних дій, поданих у розповідній формі, які генерують появу специфічної події» (Даниленко, 2004b: 91). У них фіксуються різні образи конфлікту, за якими стоять різні варіанти ціннісної інтерпретації ситуації. При цьому значення має не тільки те, що сказано, але й те, як це сказано – *семантичні, семіотичні, когнітивні, інтенціональні* й ін. *характеристики* наративів про конфлікт: вони конструюють майбутні соціальні зміни, лінгвістично моделюють кращі стратегії управління конфліктами.

Теми й питання глибинних експертних інтерв'ю адаптовані до дослідження проблеми формування нових ідентичностей за умов Пограниччя (Пограниччя розуміється в широкому сенсі, як та частина пострадянського простору, що перебуває одночасно в полі тяжіння європейського простору й Росії), а також до вивчення ідентичностей кримських татар. В інтерв'ю подано два основні блоки, орієнтовані на побудову основних сегментів КМК у таких координатах (див рис.):

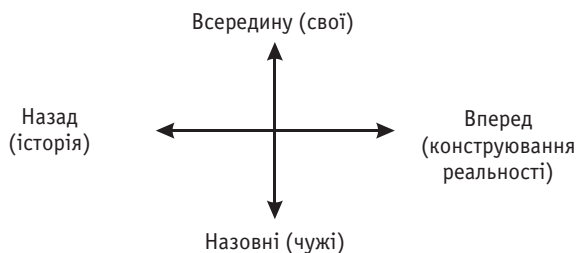


Рис. Система координат карти метамови конфлікту

Блок 1

1А (мета: заповнення сегмента карти «назад – конструювання історії», одержання інформації для інших сегментів КМК).

1. Назвіть три історичні події, які Ви вважаєте найбільш значимими. Схарактеризуйте, будь ласка, кожна з цих подій, а також їх учасників, «героїв» і «антигероїв».

Примітка. Тут важливо одержати наратив – зв'язну розповідь: як називають, як характеризують інформанти події і їх учасників – дослівно.

2. Назвіть, будь ласка, 2–3 конфлікти (з історії або сучасності), які Ви вважаєте найбільш значимими. Опишіть, будь ласка, коротко кожна з цих подій, дайте їх оцінку й прогноз рішення пов'язаних із цим проблем у майбутньому.

Примітка. Питання 2 конкретизується після одержання зв'язної розповіді за допомогою додаткових питань у відповідності зі структурно-динамічною моделлю конфлікту: назва події, учасники, причини конфлікту, конфліктні інтереси сторін, способи маніфестування конфліктних інтересів й оцінка цих способів, можливості завершення конфлікту (реалізовані й нереалізовані), оцінка значення конфлікту й стратегій поведінки сторін конфлікту тощо.

3. Чи є стереотипи, пов'язані із цими подіями, які необхідно перебороти? Чи можете Ви назвати історичні події, значення яких необхідно переосмислити? Із чим це, на Вашу думку, пов'язане?

1Б. Блок 1Б аналогічний блоку 1А за структурою, але в ньому запитується про події, які вирізняються на підставі попереднього аналізу проблеми за такими критеріями:

- а) конфлікти, відображені в історії розвитку суспільства, які пов'язані із сучасними конфліктами, тобто вказують на їхні джерела, історико-культурні передумови або одну з фаз циклічного розвитку;
- б) події, що відображають недавні конфлікти, які мають принципове значення для вибору векторів подальшого розвитку суспільства, для формування або зміни ідентичностей (наприклад, певного етносу);
- в) події, сполучені з конфліктом інтерпретацій.

Приклад 1:

до вимірювання ідентичностей в умовах Пограниччя

При дослідженні особливостей формування ідентичностей в умовах *Пограниччя* **Блок 1Б** представлений такими питаннями:

1. Існують різні назви події жовтня 1917 року. Як Ви називаєте цю подію? Дайте коротку характеристику цієї події, назвіть основних «героїв» і «антигероїв». Яке значення мала ця подія? Як вона співвідноситься із сучасними змінами в суспільстві (у період з 1990-х років до теперішнього часу)?

2. Що Ви могли б розповісти про таку подію історії як Переяславська Рада? Дайте коротку характеристику цієї події, оцініть її значення для розвитку держави.
3. Що Ви могли б розповісти про війну 1941–1945 років? Дайте коротку характеристику й оцінку цієї події. Що ви знаєте про війну з розповідей і спогадів Ваших рідних і близьких? Як співвідносяться їхні розповіді з інформацією в підручниках історії, у художніх і документальних фільмах, у засобах масової інформації тощо? Чи є тут якісь суперечності? Якщо так, то які?
4. Цього навчального року в шкільних підручниках «Історія України» з'явився параграф, присвячений недавнім подіям в Україні – «пома-ранчевій революції». Якби Ви писали цю сторінку в підручнику історії, що б Ви написали в першу чергу? Як назвали б ці події? Який конфлікт лежить в основі цих подій? Хто учасники? Дайте коротку характеристику дійових осіб. Оцініть значення події.

Формулювання питань цього блоку й вибір подій залежить від об'єкта й предмета дослідження. Питання про революцію 1917 року є суттєвим для визначення векторів соціальних трансформацій, тому що воно досить дискусійне й до нього найчастіше звертаються при оцінці сучасних перетворень.

*Приклад 2:
до вимірювання ідентичностей кримських татар*

При дослідженні ідентичностей кримських татар першим питанням блоку 1Б, що стимулює виникнення наративу про конфлікт, може ставитися питання про війну 1941–1945 років або про депортацію кримських татар 1944 року.

2. Звернімося до подій недавньої історії. Як Ви ставитесь до повернення татар до Криму в 90-х роках минулого століття? Чи виправдалися надії? Які проблеми виникли й вимагають рішення? Що Ви будете розповідати про ці події дітям і онукам, що б Ви написали про це в підручниках історії, якби довелось писати таку сторінку або розділ?

Примітка. Після одержання наративу доцільно поставити додаткові питання у відповідності до структурно-динамічної моделі конфлікту (див. Блок 1А). Стимулювати наратив можна також питанням про поняття, пов'язані з конфліктом інтерпретацій. При вивченні ідентичностей кримських татар це може бути питання про «корінне населення».

3. Сьогодні точиться активна полеміка щодо статусу «корінного населення», «корінного народу» Криму. Ваше бачення ситуації: за якими критеріями повинен визначатися статус корінного населення, з

якими історичними коренями це має бути пов'язане і як далеко в історію мають іти ці корені? Чи має це бути оформлене законодавчо? Якщо так, то яким чином? Чи повинні мати додаткові права представники корінного населення?

4. Які способи маніфестування конфліктних інтересів Ви вважаєте прийнятними? Наведіть приклади позитивного й негативного досвіду маніфестування конфліктних інтересів з історії тих, кого Ви вважаєте «МИ», або «СВОЇ», і з історії тих, хто для Вас «ВОНИ», «НЕ СВОЇ».

Примітка. Питання 4 можна застосовувати як до дослідження ідентичностей кримських татар, так і при вивченні проблем Пограниччя.

Блок 2

Цей блок сформульований у загальному вигляді і може застосовуватися як у першому, так і в другому прикладі.

1. Яким Ви бачите майбутнє своєї держави? Яким Ви бачите майбутнє свого етносу, своєї етнічної групи (наприклад, кримських татар)?
2. Які конфлікти в суспільстві, на Вашу думку, можуть бути в найближчому майбутньому найнебезпечнішими, а які корисні й потрібні суспільству?
3. Розв'язання яких конфліктів Ви вважаєте найбільш важливим і які способи їх розв'язання бачите?
4. (до вивчення ідентичності кримських татар) Схарактеризуйте, будь ласка, Ваше ставлення до дискусії і різних позицій щодо відновлення кримськотатарської автономії.

В отриманих відповідях важливі лінгвістичні характеристики у всіх їхніх граматичних, семантичних й інших особливостях, характерні номінації. При інтерпретації емпіричного матеріалу ця інформація вноситься до відповідного сегмента КМК.

Інтерпретація й практичне значення

Кожний блок питань інтерв'ю орієнтований на одержання інформації з усіх чотирьох сегментів КМК, хоча Блок 1 переважно пов'язаний з вектором «назад – історія», Блок 2 – з вектором «уперед – конструювання реальності». При інтерпретації отриманого текстового матеріалу вони розкладаються також за шкалою зовні. Для цього доцільно звернутися до ідей Ю. М. Лотмана про семантичне розмежування «МИ» і «ВОНИ» в аналізі метамови культури й використати різні схеми метамо-

ви, інтерпретуючи отриманий матеріал у координатах «свій» – «чужий» (Лотман, 2004: 469–472).

Пізнавальний смисл побудови карти метамови конфлікту – погляд на себе й інших, маркування «своїх» і «чужих» через опис конфліктів, тому важливе завдання інтерв'ю полягає в стимулюванні наративів про конфлікти, значимі для респондента. Значимість події для інформанта визначає пряме або непряме включення себе й представників «ми-групи» (наприклад, етнічної або субкультурної) в описи й розповіді з варіантами визначення «своїх» і «не своїх» за допомоги лінгвістичних і семіотичних характеристик, граматичних форм. У наративах про конфлікт, зафіксованих в інтерв'ю, мимоволі виявляється готовність солідаризуватися з одними й відмежуватися від інших, рівень довіри до учасників, ступінь їхньої ворожості. Все це вносять у матрицю для побудови карти метамови конфлікту.

Інтерпретуючи отриманий емпіричний матеріал, доцільно використати елементи *наратив-конфліктологічного контент-аналізу*: кожний з наративів структурується відповідно до структурно-динамічної моделі конфлікту (виявляються лінгвістичні характеристики суб'єктів конфлікту; причин і факторів виникнення конфлікту; цілей конфлікту тощо). Важливо при цьому визначити узгодженість або суперечливість різних наративів. Визначають також значимість реалізації тих чи інших конфліктних інтересів і форми втілення цього в тексті, оцінка наслідків конфлікту й пов'язаних з ним подій; лінгвістичні особливості оцінки конфлікту (які символи, образи, метафори застосовуються). Вирізняються номінації подій і учасників конфліктних ситуацій, кожна з яких вноситься до відповідного сегменту КМК.

При аналізі текстового матеріалу застосовують поєднання морфологічного й семантичного аналізу; особливу увагу приділяють когнітивному потенціалу використовуваних метафор як вектора моделювання соціальних взаємодій. Дані резюмуються в загальній КМК або картах різних соціальних груп і спільнот. В описаному варіанті побудови КМК мова конфлікту представлена, насамперед, як засіб інтерпретації. При побудові карти мови конфлікту як засобу комунікації необхідно використати іншу стратегію, коли аналізуються конкретні ситуації (переважно методом включеного спостереження), а також щоденники, листи й інші текстові документи, що дають змогу сформулювати уявлення про специфіку мовленнєвої поведінки різних спільнот у різних ситуаціях.

У методиці побудови карти метамови конфлікту втілюється лінгвоконфліктологічний підхід до дослідження, що дає змогу використати

мову конфлікту як дослідницький код і, розглядаючи конфлікт як систему структурних комунікацій, виявити лінгвістичні характеристики конструювання соціальної реальності.



Література

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – Москва: Academia-Центр, 1995.
2. *Биографический метод* / Под ред. Е. Ю. Мещеркиной, В. В. Семеновой. – М.: Ин-т социологии РАН, 1994. – С. 11–41.
3. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – С. 111–160.
4. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики : Учеб. пособие. – М.: Флинта: МПСИ, 2005.
5. Даниленко О. А. Трансформационные процессы: лингвоконфликтологическая интерпретация // Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : Зб. наук. пр. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна, 2004а. – С. 104–108.
6. Даниленко О. А. «Грамматический метод» Ойгена Розенштока-Хюсси и технологии разрешения социальных конфликтов // Вестник Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина : Социологические исследования современного общества: методология, теория, методы. – 2004б. – № 621. – С. 89 – 95.
7. Даниленко О. А. Социологическое измерение конфликта. – Харьков: Издательский центр Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина, 2003.
8. Даниленко О. А. Язык конфликта как объект лингвосоциологии // Социологические исследования. – 2006. – № 4. – С. 89–98.
9. Даниленко О. А. Язык конфликта в трансформирующемся обществе: от конструирования истории – к формированию социокультурных идентичностей. – Вильнюс: УГУ, 2007.
10. Данилова Е. Н. Социальные идентификации в трансформирующемся обществе // Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ : Учеб. пособие / А. Н. Богаевская, Е. Н. Данилова, Л. М. Дробижева и др.; под ред. В. А. Ядова. – М.: Флинта: МПСИ, 2005.
11. Дильтей В. Возникновение герменевтики // Философская и социологическая мысль. – 1996. – № 3–4. – С. 167–195.

12. *Иванов В. Ф.* Контент-анализ как формализованный метод исследования // *Философская и социологическая. мысль.* – 1994. – №3 – 4. – С. 211–224.
13. *Квале С.* Исследовательское интервью. – М.: Смысл, 2003.
14. *Козина И.* Особенности стратегии case-study при изучении производственных отношений на промышленных предприятиях России // *Социология 4М: методология, методы, математические модели.* – 1995. – № 5–6. – С. 65–90.
15. Конструирование этничности / Под ред. В. Воронкова и И. Освальд. – СПб.: Издательство «Дмитрий Буланин», 1998.
16. *Костенко Н., Иванов В.* Досвід контент-аналізу: моделі та практики. – К.: Центр вільної преси, – 2003.
17. *Лотман Ю. М.* О метаязыке типологических описаний культуры // *Лотман Ю. М. Семиосфера.* – СПб.: Искусство, 2004. – С. 462–484.
18. *Мамардашвили М. К.* Как я понимаю философию. – М.: Прогресс-Культура, 1992.
19. *Мецгеркина Е. Ю.* Качественные методы в гендерной социологии // *Гендерный калейдоскоп : Курс лекций.* – М.: Academia, 2002. – С. 169–187.
20. *Образ врага / Сост. Л. Гудков; ред. Н. Конрадова.* – М.: ОГИ, 2005.
21. *Пропт В. Я.* Исторические корни волшебной сказки. – СПб.: Изд-во СПб ГУ, 1996.
22. *Пропт В. Я.* Морфология сказки. – М.: Наука, 1969.
23. *Пропт В. Я.* Русская сказка. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1984.
24. Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999– 2002) : Мастер-класс профессора В. А. Ядова. – М.: Аспект Пресс, 2004.
25. *Розанов В. В.* Сумерки просвещения / Сост. В. Н. Щербаков. – М.: Педагогика, 1990.
26. *Розениток-Хюсси О.* Речь и действительность. – М.: Лабиринт, 1994.
27. *Семенова В. В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию : Учеб. пособие. – М.: Добросвет, 1998.
28. *Скокова Л.* Біографічні дослідження в якісній соціології: традиція і сучасний досвід. – Київ.: Інститут соціології НАН України, 2004.
29. Современный городской фольклор / Щепанская Т. Б., Чередникова М. П., Шумов К. Э. и др. – М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2003.
30. Социальная идентификация личности / Под ред. В. А. Ядова. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1993.
31. Социальная идентичность: способы концептуализации и измерения : Материалы Всероссийского научно-методического семинара / Под ред. О. А. Оберемко, Л. Н. Ожиговой. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2004.

32. *Стегний А.* Артикуляция экологической проблематики: опыт контент-анализа // *Личность, культура, общество.* – 2000. – Т. 2; Вып. 1. – 2000. – С. 181–194.
33. *Страусс А., Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники.– М.: Эдиториал УРСС, 2001.
34. *Хвостова К. В.* Контент-анализ в исследованиях по истории культуры // *Одиссея.* –М.: Наука. – 1989. – С. 135 – 139.
35. *Хогенраад Р.* Прогнозирование развития конфликтов при помощи компьютерного контент-анализа // *Социология 4М: методология, методы, математическое моделирование.* – 2004. – № 19 – С. 158–175.
36. *Юнг К.* Диагностика диктаторов // *Психология и психоанализ власти : Хрестоматия.* – Самара: БАХРАХ, 1999. – Т. 2. – С. 553–571.

Словник термінів

Соціальний конфлікт – тип соціальної взаємодії, пов'язаний з боротьбою за певні соціальні ресурси або цінності.

Мова конфлікту – певна семіотична система, що має властивість маркірувати (?) й транслювати певний рівень конфліктного потенціалу, який може бути оцінений за шкалою «конфлікт-згода». Мова конфлікту має певні норми, безпосередньо пов'язані з нормами й цінностями тієї соціальної системи, стосовно якої його розглядають.

Образ конфлікту – суб'єктивний варіант уявлення про конфлікт, стрижнем якого є його ціннісна інтерпретація. Включає уявлення про суб'єктів конфлікту, інтерпретацію й оцінку подій конфлікту, усвідомлену чи неусвідомлену. Різні тексти відображають різні образи конфлікту.

Контрольні запитання

1. Що таке соціальний конфлікт? У чому полягають особливості дослідження конфліктів із застосуванням якісних методів?
2. Що таке «мова конфлікту»? Яку роль відіграють лінгвістичні характеристики у формуванні різних образів конфлікту?
3. Дайте визначення контент-аналізу. У чому полягають особливості його застосування до дослідження проблеми соціальних конфліктів?
4. Назвіть основні типи досліджень в якісній соціології та схарактеризуйте можливості їх застосування у дослідженні соціальних конфліктів.



Теми рефератів

1. Історичні корені чарівної казки (В. Я. Пропп) і соціокультурна модель конфлікту.
2. Комп'ютерний контент-аналіз і його застосування у дослідженні соціальних конфліктів.
3. Аналіз етнічних упереджень і мови засобів масової інформації методом дискурс-аналізу.
4. Етнографічне дослідження молодіжних субкультур: аналіз у руслі соціології конфлікту.
5. Дослідження соціальних конфліктів із застосуванням біографічного методу.

Лекція 11

ЯКІСНА ПАРАДИГМА В ЕТНОСОЦІОЛОГІЇ

Етносоціологія як наука: специфіка і предмет

Ознайомлення з предметом етносоціології слід розпочинати з визначення її місця в системі соціогуманітарних наук. Така дискусія є важливою з огляду на те, що в сучасній науці відбувається активний міждисциплінарний та кросдисциплінарний діалог у питаннях вивчення феноменів етносу і нації, який розпочався ще у 20–30-х роках минулого століття. Відповідно, ми часто стикаємося з тим, що автори, чії тексти вважають класичними в галузі етносоціології, насправді мають дуже різноманітну дисциплінарну «прописку». Серед них, окрім соціологів (як наприклад Е. Геллнер), є антропологи, психологи, культурологи, політологи, філософи, історики, етнографи, соціолінгвісти і навіть журналісти. Таким чином, кожен дослідник привносить свою дисциплінарну специфіку не тільки в теоретичне поле, а і, навіть більшою мірою, в методичку дослідження етносів чи націй.

Визначаючи місце етносоціології в системі соціологічного знання, слід зауважувати, що етносоціологія – це одна із спеціальних соціологічних теорій, що досліджує походження, суть і функції етнічних і національних спільнот. Своєю чергою, вона тісно переплітається з такими спеціальними і галузевими соціологічними теоріями, як соціологія культури, соціологія особистості, економічна соціологія, теорії соціальної структури тощо.

У західній соціології не існує прямого відповідника етносоціології. В самостійну галузь знання вона виокремилася в академічному середовищі колишнього СРСР у середині 60-х – на початку 70-х років XX століття і зазнала істотного впливу радянської етнографії та соціальної психології. Натомість у західній науці в цей час розвивалися дещо відмінні напрями – дослідження національних меншин (Ethnic and Minority Studies) і націоналогічні студії (Nationalism Studies).

У першому з них виокремилися дві паралельні течії. Насамперед, це студії національних меншин, які виникли як наслідок взаємодії соціології, психології та соціальної психології. Важливу теоретико-методологічну основу для їх розвитку заклала Франкфуртська школа та її послідовники. У фокусі цих досліджень довгий час були питання міжгрупової взаємодії та групових меж, етнічних стереотипів, проблеми виникнення і поширення антисемітизму і ксенофобії. Саме ця течія тематично і методологічно є найближчою до української етносоціології. Серед дослідницьких методик, які представники цього напрямку застосовують найчастіше, – соціально-психологічні експерименти, кількісні опитування груп респондентів (переважно невеликих), різні методики вивчення етнічних стереотипів, що також базуються на опитуваннях («метод довільних портретів», «стереотипний диференціал», «діагностичний тест відносин» тощо). Головна вада всіх цих методів полягає в тому, що їх автори фокусуються на вимірюванні (на основі кількісних показників) атитюдів і/або інформаційно-емоційних компонент ідентичностей, проте приділяють замало уваги вивченню шляхів їх формування й особливостей функціонування в суспільстві.

Інше відгалуження цієї течії становлять дослідження етнічних або національних меншин, під якими, насамперед, розуміють емігрантські групи і корінне населення, що сформували сучасні суспільства за межами Європи, головним чином північноамериканські. Проте слід наголосити, що впродовж останнього десятиліття вивчення спільнот мігрантів перетворилося на одну з ключових площин і в європейській соціології. Основні питання, які розглядають у рамках цього напрямку: місце меншин у соціальній структурі та стратифікації суспільства, мігранти і міграційні процеси, проблеми утворення мультикультурного середовища, для вивчення яких активно залучають дослідницькі стратегії, що дозволяють описувати особливості міжгрупової взаємодії та соціального дистанціювання (зокрема його етнічні виміри – шкала Богардуса). Вчені використовують різноманітні соціометричні методики й елементи мережевого аналізу, ефективність яких посилюється за рахунок розробок програмного забезпечення, що полегшує процес збирання, аналізу і візуалізації соціометричних та індивідуальних мережевих даних.

Проте, крім традиційного арсеналу методик, які базуються на кількісних показниках, у дослідженнях національних меншин (Ethnic and Minority Studies) використовують низку якісних. Зокрема, для вивчення національної ідентичності, особливостей сприйняття різних національних груп і змісту стереотипів застосовують метод проективного малюнка.

Цей метод, який традиційно використовували у віковій і медичній психології, було адаптовано для дослідження етнічних чи національних груп. Етносоціологи, своєю чергою, запозичили методику, адаптувавши її до власних дослідницьких потреб. Однією з переваг методу проєктивного малюнка є те, що він спрощує роботу з групами, які важко досліджувати застосуванням традиційних соціологічних і соціально-психологічних методів. Цей метод також полегшує проблеми вербальної комунікації (наприклад, проблему адекватного «перекладу» змісту запитання на мови представників різних національних груп чи адекватного добору термінів для різних вікових або освітніх когорт), відкриває можливості роботи як з малочисельними, так і з великими групами (шкільними класами, студентськими аудиторіями, робочими колективами).

Метод полягає в тому, що респондентам дають завдання намалювати образ певної етнічної групи або кількох груп (наприклад, українця, росіянина, американця). Наголошують, що малюнок має віддзеркалювати особливості та найтипівші риси кожної національності (див. рис.). Для оброблення результатів дослідження можна застосовувати різні методи, зокрема психоаналіз, контент-аналіз, семіотичний аналіз, дискурс-аналіз тощо. Серед інших проєктивних методик дослідження етнічності, що



застосовують у соціальній психології, можемо назвати тести закінчення початих речень, оцінювання фотографій (чи малюнків), а також шкільні твори.

Рисунок

Ще один революційний крок у цьому напрямку було здійснено японськими вченими Огіно Масахіро і Маюмі Юкімура запропонували використовувати анімаційний фільм як метод соціологічного дослідження (Masahiro, Yukimura, 2008: 55). У своїй інноваційній розробці вони спиралися на концепції “ідеального типу” М. Вебера. На думку дослідників,

веберівський «ідеальний тип» може бути не тільки теоретичною конструкцією, але й візуальним образом або наративом. Метод анімаційного фільму використовують у подібних ситуаціях, як і проєктивний малюнок, – коли вербальна комунікація ускладнюється через те, що тематика дослідження є сенситивною, або коли з якоїсь причини члени групи не в змозі коректно артикулювати свою точку зору (наприклад, підлітки чи іммігранти, що не достатньо володіють мовою дослідження). На першому етапі роботи над анімаційним фільмом для всебічного вивчення проблеми та її характеристик, що творитимуть основу «ідеального типу», дослідник залучає традиційний арсенал соціологічних методів – аналіз документів, спостереження, інтерв'ю тощо. Далі формується головна сюжетна лінія, на підставі якої пізніше вчений працює над розробленням кожного візуального зображення-кадру. Вже на цьому етапі залучаються респонденти, які допомагають унаочнювати проблемну ситуацію. Коли анімаційний фільм завершено, його показують визначеним цільовим аудиторіям. Показ обов'язково завершується обговоренням фільму, що фіксує дослідник.

Другий напрям – націоналістичні студії (Nationalism Studies) – є широкою міждисциплінарною площиною, яку в деяких країнах визнають навіть окремою освітньою дисципліною (можна отримати вчений ступінь PhD із Nationalism Studies). Українські етносоціологи часто посилаються на теоретичні інтерпретації понять етносу і нації, концептуалізації феноменів етнічної та національної ідентичності, що розробляли у своїх працях представники цього напрямку – теоретики націоналізму, зокрема Б. Андерсон, Е. Геллнер, Е. Сміт. Проте слід пам'ятати, що саме в рамках досліджень націоналізму відбувається найактивніший кросдисциплінарний діалог. Отже, розрізнення існуючих теоретичних напрямів, що концептуалізують феномени етнічного чи національного, та інституційно-дисциплінарних рамок, у яких постають ці дослідження, є важливими з огляду на подальшу коректність оперування теоріями або методологіями, що зароджуються в їхньому лоні. В цьому контексті важливим видається порівняння української етносоціології з її західними відповідниками. Головною метою такого порівняння має стати застереження від механічної аплікації «перших ліпших» теоретичних підходів чи дослідницьких моделей та методів до українського випадку або еkleктичного їх поєднання без глибшого розуміння й урахування часу і дисциплінарного контексту, в якому вони постали.

Огляд основних теорій походження етносу і нації

В українській етносоціології традиційно розглядають три основні теорії (примордіалістська, конструктивістська й інструменталістська) походження етносу (часто ті самі теорії застосовують і до аналізу появи націй). Проте слід зазначити, що існують й інші поділи теорій про походження нації. Наприклад, Г. Касьянов пропонує поділ на примордіалістський (включає примордіалістів і переніалістів) і модерністський підходи (включає інструменталістів, конструктивістів, комунікативну теорію виникнення нації) (Касьянов, 1999: 80–123). У.Озкірімлі додає до цього ще етносимволістів і так звані нові підходи (Özkirimli, 2000: 85–167).

На нашу думку, згадані поділи не враховують найновіших тенденцій у дослідженнях націоналізму – появи нового напрямку, який базується на постмодерністських підходах, розглядає націю як дискурсивну форму і перебуває в активному діалозі з постколоніальними студіями. Відповідно, пропонуємо поділ на: 1) примордіалістські теорії й етносимволістський підхід (як проміжний між примордіалістами і модерністами); 2) модерністські теорії та 3) постмодерністські, або дискурсивні, підходи.

Примордіалісти вважають, що нації – це природні, органічні спільноти. Інше відгалуження цієї школи зосереджує увагу на «природності» формування соціокультурних і психологічних зв'язків в етнічній чи національній спільноті, таких як прив'язаність до малої батьківщини (місця народження), родинні зв'язки, релігія, мова, архетипи, стиль міжособистісних і суспільних взаємин. Вони постають як основні та найорганічніші форми єднання людей.

До *переніалістів* зараховують дослідників, які вважають, що нації – це «природні» спільноти, що були завжди, хоча, залежно від історичного періоду, могли зазнавати змін і трансформуватися. Як наголошує Е. Сміт, переніалізм існує у двох основних формах. Першу, найпоширенішу, можна назвати безперервним переніалізмом. Він обстоює постулат, що нації мають тривалу, безперервну історію і можуть простежити своє походження з середньовіччя або, значно рідше, з античності. Тобто в цьому разі виняткового значення надають тягlostі. Другу форму означають терміном “рекурентний (recurrent) переніалізм”. Її представники твердять, що нації є історичними; вони змінюються з часом. Нація як категорія людського об'єднання є вічною і повсюдною, а тому відроджується знов і знов у кожний новий період історії й може бути віднайдена на всіх континентах світу (Сміт, 2004: 51–53).

Останній напрям – це *етносимволізм*, одним із найвідоміших представників якого є Е. Сміт. Він зосереджується на ролі суб'єктивних елементів в існуванні етносів і формуванні націй. Це не означає, що «об'єктивні» чинники мають вилучатися зі сфери досліджень. Проте більшої переваги надають суб'єктивним маркерам етносу чи нації, таким як цінності, почуття, міфи і символи, серед яких історична пам'ять посідає чільне місце.

Представники *модерністської* парадигми вважають, що націоналізм – це нове явище, яке виникає в модерну епоху, й одночасно заперечують ідею про «природність», тисячолітню історичну тяглість чи біологічну зумовленість нації. На думку модерністів, саме поява і поширення таких новочасних явищ, як капіталізм, індустріалізація, парламентаризм і загальне виборче право, ЗМІ, обов'язкова освіта, кодифікація культури, секуляризація тощо, сприяють виникненню нації (або частково є її наслідками). Проте методологічні підходи дослідників і пояснення причин виникнення нації та націоналізму можуть істотно відрізнятись.

Саме поява і значне поширення етносимволістських і конструктивістських теорій спричинили поступове зміщення фокуса сучасних етносоціологічних досліджень з дискусій навколо матеріально-об'єктивної детермінованості етносів і націй у культурно-символічну площину творення значень. Це, своєю чергою, позначилося на методології та методиках дослідження, оскільки експериментально-кількісні методики не дозволяли повною мірою розкрити згадані феномени. В етносоціології почали значно активніше використовувати методи якісної соціології. У сферу зацікавлень дослідників-етносимволістів і модерністів потрапляють різноманітні культурні та політичні феномени, що впливають на творення чи (ре)артикуляцію національних ідентичностей (як домінуючих груп, так і меншин), відчуття приналежності, що формується у процесі міжнаціональної та міжрасової взаємодії, прояви мультикультуралізму і постнаціонального громадянства. Основну увагу приділяють саме мікро- і мезорівневим процесам і феноменам. З усього переліку стандартних якісносоціологічних методик найбільшою популярністю користуються глибинні інтерв'ю, а також спостереження й етнографічні дослідження (як наслідок активного теоретичного і методологічного взаємообміну між етносоціологією та соціальною і культурною антропологією). Останнім часом особливої популярності набуває автоетнографічний метод. На думку одного з його розробників Сари Гатсон, автоетнографія поєднує в собі концепції «фігуративної антропології себе» Ф. Ліонетта (*figural anthropology of the self*) і «генеративної автобіогра-

фії» Б. Александера (*generative autobiography*) і творить глибокий зв'язок між етнографічною практикою і соціологічною перспективою (*Gatson*, 2003: 22). Ф. Ліонетт, своєю чергою, визначає автоетнографію як «процес визначення своєї суб'єктивної етнічності (національної приналежності. – *Авт.*), опосередкований мовою, історією й етнографічним аналізом» (*Lionnet*, 1991: 166). Відповідно, автоетнографія – це методика, що формується на межі між автобіографією, соціологією й етнографією. Автоетнографією називають нарацію, яка артикулює одну з можливих інтерпретацій власної ідентичності в соціоісторичному контексті.

На зламі XX і XXI століть відбувається ще одна важлива зміна в системі теоретичних уявлень про природу націй і націоналізмів. До останнього напрямку належить група дослідників, які репрезентують *постмодерні та дискурсивні теорії націоналізму*, зосереджують аналіз на ролі різноманітних націоналізуючих процесів у щоденній практиці сучасних суспільств і на механізмах репродукування націоналізму. Вони розглядають націю як «дискурсивну формацію» і систему культурної сигніфікації, як форму наративу, що складається з текстуальних стратегій, метафоричних заміщень і субтекстів. Такий підхід продовжує лінію критики уявлень про нації як про природні спільноти, розпочату модерністами. Проте істотна відмінність дискурсивних теорій від модерністських полягає в тому, що якщо останні розглядали націю як більш-менш гомогенне утворення (наприклад, поділ на «політичні» й «етнічні» націоналізми або розгляд як нації-держави, коли йдеться про «українську», «американську» чи «швейцарську» нації), то дискурсивні – як процес постійної боротьби різних дискурсів за право домінантної інтерпретації. Відповідно, особливу увагу приділено питанням домінації та влади у творенні національних спільнот і формуванні ідентичностей. Учені часто звертаються до аналізу постколоніальних націй, для яких це питання є особливо актуальним. Слід зауважити, що цей напрям є найменш гомогенним, праці його послідовників важко звести до одного спільного знаменника.

У праці «Банальний націоналізм» М. Білліг показує, що, оскільки концепцію націоналізму часто розглядали на прикладі екзотичних випадків, рутинні прояви і звичні («банальні») форми націоналізму, здебільшого, залишалися поза увагою науковців. Ураховуючи цей факт, автор наполягає на такому розширенні значення терміна «націоналізм», щоб він включав у себе й ідеологічні засоби, якими національні держави відтворюють себе, і значущі ідентичності. М. Білліг запроваджує в науковий обіг термін «банальний націоналізм», який включає ідеологічні

навички і сфери символічного насильства, що дозволяють націям (у тому числі усталеним) репродукуватися. Стверджують, що ці навички не зникли із щоденної практики високорозвинених держав, як припускали деякі науковці. Центральне місце у праці М. Білліга посідає концепція безперервного «маркування» (flagging), або «нагадування» статусу нації з боку національних держав, необхідності підтримувати свою політичну значущість на щоденному рівні. Статус нації творить таке тло, яке, з одного боку, є майже непомітним для громадян і сприймається як прояв здорового глузду, а з іншого – безперервно відтворюється в політичних та історичних дискурсах, продуктах культури і навіть у структурі медіа. Переведення М. Біллігом аналізу націоналізму у площину щоденних практик і уявлень, що сприймаються як здоровий глузд, наближає його до інших сучасних досліджень націоналізму, зокрема праць Г. Баби, Р. Водак, А. Здравомислова, які розглядають націю як «дискурсивну формацію», аналізуючи процеси дискурсивного конструювання нації та національної ідентичності. Ці вчені націю розглядають не як певну незмінну тяглість, а як набір плинних значень, що обмежуються дискурсивною рамкою. Важливим висновком із наведених вище праць є те, що націєпростір не є чимось усталеним і однорідним, у його рамках відбувається боротьба різних «націє-структуруючих проєктів», а відповідно, і боротьба різних моделей нації, або націєнарацій, у яких одні й ті самі маркери можуть набувати зовсім протилежного символічного значення або навіть витіснятися новими. Таке розуміння нації і національних процесів вимагає від етносоціолога відповідної адаптації дослідницького інструментарію.

Як реакція на розвиток нового напрямку теорій націоналізму, а також ситуації в суміжних соціогуманітарних дисциплінах в етносоціології відбуваються постійні зміни поля наукового дослідницького інтересу, з'являються нові методи досліджень, які найбільше відповідають саме якісній методології. Показовою тут може бути теза Філа-Френсіса Карспекена і Паулі Кордієро про те, що оскільки будь-яка соціальна ідентичність є культурним текстом, її слід вивчати саме за допомогою якісної методології (*Carspecken & Cordeiro*, 1995: 89–90). Посилається інтерес етносоціологів до різноманітних соціокультурних текстів (у тому числі візуальних) і наративів, завойовує нові позиції метод дискурс-аналізу, який «розглядає тексти як соціальну практику».

Дискурс-аналіз зосереджує увагу дослідників на тісному взаємозв'язку між значенням, владою і знанням (цей аспект є особливо важливим для процесів формування нації). Слід зауважити, що складність за-

стосування дискурс-аналізу полягає в тому, що на сьогоднішній день не існує єдиної, чітко окресленої процедури його здійснення. Проте незважаючи на великі відмінності в підходах до дискурс-аналізу, вони всі розглядають порядок, певні правила і закономірності в детальному аналізі структур і стратегій тексту.

Українські соціологи часто застосовують техніки, запропоновані школою теорії дискурсу Е. Лакло і Ш. Муфф, а також техніки критичного дискурс-аналізу, головним представником якої є Н. Фейєркло.

Якщо в дискурс-аналізі (метод Е. Лакло і Ш. Муфф,) досліджують колективну (і/або індивідуальну) ідентичність (наприклад, національну), то спочатку визначають, яка суб'єктивна позиція – індивідуальна чи колективна – є доцільною стосовно дискурсивних структур, що вивчаються. Це роблять шляхом визначення вузлової точки, навколо якої організована ідентифікація, наприклад: іммігрант, «західник» чи українець. Далі аналізують спосіб, за допомогою якого вузлова точка набуває свого значення, прирівнюючи себе до одних знаків і протиставляючи іншим; як вибудовуються ланцюги еквівалентності (наприклад, які історичні події чи особи включаються в нарацію про національне минуле, а які виключаються чи піддаються амнезії). На наступному етапі важливо простежити, як різні дискурси змагаються за те, щоб поділити суспільство на соціальні групи, наповнити значенням ключові знаки, прирівнюючи їх до інших знаків.

Відповідно до теорії Е. Лакло і Ш. Муфф, і індивідуальна, і колективна ідентичності організовані згідно з тими самими принципами і визначаються дискурсивними процесами (*Йоргенсен, Філліпс, 2004: 75–76*). На відміну від фрейдистського й інтеракціоністського підходів до формування ідентичності, представники дискурс-аналізу не вважають, що ідентичність є інтегративною чи сталою. Сучасні дослідники, описуючи ідентичність, говорять про її перформативність (теорія перформативності Дж. Батлер), гібридність і плинність. Для прихильників дискурс-аналізу суб'єкт завжди фрагментований, оскільки його позиція не визначається тільки в один спосіб і тільки одним дискурсом, різні дискурси приписують йому багато різних позицій (наприклад, іммігранта в одній країні, представника національної меншини в одному регіоні країни і представника домінантної групи – в іншому). Згідно з їх теорією, людина набуває ідентичності шляхом позиціонування в дискурсах. На думку Ф. Карспекена і П. Кордієро, тільки якісне глибинне інтерв'ю дозволяє вловити всю множинність проявів ідентичності, особливості її внут-

рішньої конфліктності без прямих запитань, які накидатимуть напрямок відповідей (*Carspecken & Cordeiro*, 1995: 109).

Пояснюючи особливості формування групових ідентичностей (у тому числі національних), Е. Лакло і Ш. Муфф твердять, що формування груп треба розуміти як процес обмеження можливостей. Люди об'єднуються у групи в такий спосіб, що деякі можливості ідентифікації стають пріоритетними й означаються як прийнятні та доцільні, інші ж ігноруються. Цей процес відбувається шляхом побудови ланцюгів еквівалентності. В дискурсивних структурах групи «інший» – це той, ідентифікація з ким виключається групою, водночас відмінності в межах групи ігноруються, а отже, ігнорується решта способів дискурсивного формування групи.

Утім, дискурс-аналіз належить до найбільш часо- і працемістких методів, відзначається високим рівнем суб'єктивізму, що позначається на його популярності серед дослідників. Окрім того, він є одним із методів, які застосовують уже на етапі аналізу зібраних даних (або відібраних текстів), проте для збирання даних використовують традиційні методи якісної соціології (інтерв'ю, фокус-групові дискусії тощо), які, своєю чергою, стають предметом постійного обговорення й удосконалення в рамках етносоціології (*de Andrade*, 2000: 268–290).

Ще один перспективний аспект, що відкривається перед етносоціологами, – аналіз віртуальної реальності та інтернет-спільнот (наприклад, груп мігрантів, які формують віртуальні спільноти для підтримки власної національної ідентичності та зв'язку з колишньою батьківщиною). У зв'язку з активним розвитком інтернет-комунікації перед етносоціологами постає необхідність адаптації методів дослідження до умов роботи у віртуальній реальності, виникає потреба переосмислення морального кодексу поведінки дослідника і критеріїв етичного дослідження в якісній парадигмі, які б ураховували специфіку інтернет-простору (*Schrum*, 1995: 311–326).

Методологічні та методичні проблеми етносоціологічних досліджень

У рамках емпіричної соціології та етносоціології було накопичено чималий досвід проведення соціологічних досліджень. Етносоціологічні дослідження зосереджені, головним чином, саме на соціальних аспектах міжетнічних і міжнаціональних відносин. Як слушно зазначає В. Арбеніна, соціальну взаємодію такого типу можна досліджувати на трьох рівнях. На *макрорівні* розглядають надіндивідуальні відносини,

опосередковані соціальними інститутами суспільства (наприклад ЗМІ, системою освіти, політичними партіями тощо), вплив процесів глобалізації та глокалізації на державні інститути, національні спільноти і міграційні процеси, а також їхню роль у формуванні певних образів або «правил гри» (дискримінаційних практик чи позитивних дій – positive discrimination) стосовно різних етнічних чи національних груп (*Арбеніна*, 2007: 171–225). На *мезорівні* у фокус дослідника потрапляють відносини між етнічними або національними спільнотами, процеси міжгрупової взаємодії, особливості формування групових ідентичностей, а на *мікрорівні* – безпосередні міжособистісні контакти, питання формування міжетнічної толерантності індивідів, їхньої етнічної чи національної ідентичності та її структура. Очевидно, що застосування якісної методології передбачає звернення, в першу чергу, до мікрорівневих, а також частково до мезорівневих проявів етнічного і національного. Слід також пам'ятати, що на дизайн етносоціологічного дослідження можуть істотно вплинути мета дослідження і його призначення, наукова парадигма, в рамках якої працює дослідник, і методи, які він застосовує. Всі ці позиції мають чітко узгоджуватися між собою.

Труднощі кроскультурних і кроснаціональних досліджень

Одним із найбільш дискутованих питань щодо дизайну етносоціологічних розвідок є питання про можливість проведення кроскультурних і/або кроснаціональних досліджень. Зокрема наголошується, що у процесі операціоналізації понять у кроскультурних і кроснаціональних дослідженнях можуть виникати складності з добором соціальних феноменів, еквівалентних для всіх досліджуваних спільнот. Наприклад, явище сусідства (*neighborhood*), що формується за національною ознакою, в межах одного і того самого соціуму для певних національних спільнот може бути актуальним (як для рома в Україні), а для інших – ні. Ще одна проблема полягає в необхідності добору еквівалентних термінів, що описують ті або ті етносоціологічні явища (наприклад, дискусія по те, чи є українське суспільство постколоніальним). Відсутність чітко окресленого термінологічного поля становить проблему не тільки для української етносоціології. Однією з реакцій на сучасні глобалізаційні виклики в західній соціології стало збільшення кількості кроскультурних і кроснаціональних досліджень. Як наслідок ще яскравіше проявилася необхідність узгодження термінологічного апарату (зокрема термінів «раса», «етнос», «нація», «національна менши-

на»), який використовують у порівняльному аналізі (*Aspinall*, 2007: 41–70). До того ж у кроскультурних і кроснаціональних дослідженнях часто виникають труднощі «перекладу». Постає проблема, як перекласти науковий інструментарій мовою іншої національної групи, щоб не спотворити його змісту, але водночас так, щоб усі запитання були зрозумілі респондентам і не провокували інших трактувань. Якщо йдеться про міжнародні порівняльні дослідження, то тут виникають додаткові складнощі: як здійснювати контроль «фонових факторів» стосовно всіх спільнот, що вивчаються? Як визначити порівняльні випадки? Завжди виникає дилема між потребою втримати дослідження в розумних рамках і необхідною кількістю запитань, які дозволяють описати всю складність соціальної реальності кожної країни, адже кожна спільнота має свої особливості – якщо їх відкинути, то втрачається сенс самого дослідження. Якщо кроскультурне або кроснаціональне дослідження проводять із застосуванням виключно якісної методології, то виникають додаткові труднощі, оскільки відносно невелика кількість випадків, відібраних на основі ймовірнісної вибірки, може не дати змогу врахувати істотні регіональні чи міжгрупові відмінності, які існують у досліджуваних країнах.

Позиція дослідника і роль інтерв'юера

Однією з найзапекліших методологічних дискусій в етносоціології є обговорення того, яка дослідницька позиція – *інсайдера* (науковець належить до досліджуваної етнічної чи національної групи) чи *аутсайдера* (науковець є представником іншого етносу або нації) – дозволяє глибше і якісніше дослідити етносоціологічні процеси певної групи. Нижче ми розглянемо обидві позиції, спробуємо навести аргументи на користь кожної з них і труднощі, з якими стикатиметься дослідник. Найбільше дискусій точиться навколо рівня упередженості або заангажованості науковця, що зумовлено кожною з цих позицій.

Інсайдер є членом групи. Аргументом на користь цієї позиції є теза, що «дослідник має бути членом групи *X*, щоб зрозуміти групу *X*». За такого підходу бути частиною групи – значить володіти «спеціальним знанням», але чи означає це, що кожен член групи однаковою мірою володіє цим «спеціальним знанням», а його зміст є ідентичним? Тоді будь-який представник групи *X* автоматично стає репрезентативним.

На упередженості або заангажованості дослідника можуть позначатися:

- групоцентризм – коли науковець у дизайні проекту чи аналізі результатів відштовхується від певної системи цінностей, яка домінує в його національній групі;
- почуття гордості за власну національну групу, що інколи змушує науковця (свідомо або несвідомо) уникати певних контраверсійних тем і аспектів дослідження власної групи. У окремих дослідників може також виникати відчуття зверхності стосовно інших національних груп чи меншин;
- прагнення «драматизувати» або «приховувати» на користь групи певні факти або результати дослідження. Особливо якщо ці результати мають скласти основу соціальних програм, скерованих на розв'язання тих чи тих міжнаціональних проблем;
- соціальні або групові пріоритети можуть отримати перевагу над індивідуальними дослідницькими. Якщо науковець посідає позицію інсайдера, в дослідженнях часто наголошуються тільки окремі статусні/владні аспекти, а інші замовчуються.

У великих етносоціологічних дослідженнях нерідко виникає ситуація, коли менеджери проекту намагаються добирати інтерв'юєрів (для глибоких інтерв'ю) або модераторів (для фокус-групових дискусій) виходячи з принципу національної відповідності – інтерв'юєр і респондент є представниками тієї самої раси чи національної/етнічної спільноти. Критики такого підходу наголошують, що за такого дизайну раса/національна приналежність розглядається як зовнішній феномен, що позначається на дослідженні й формує його дизайн, а не як динамічне явище, яке конструюється і закріплюється у процесі взаємодії (*de Andrade*, 2000: 268). Окрім того, виникає питання, чи позицію інсайдера насправді визначає одновимірний статус «свій» у рамках дихотомії «свій – чужий». Адже інтерв'юєр може бути «своїм» за національною приналежністю й одночасно «чужим» за класовою або гендерною. П. Родес вважає, що очікування того, що інтерв'ю, в яких обидва учасники належать до тієї самої раси або нації, будуть точнішими і менш упередженими, передбачають віру в єдину об'єктивну «правду», яка може проявитися тільки в расово чи національно однорідному інтерв'ю (*Rhodes* 1994: 548). Своєю чергою, Чіх Гоонг Сін наголошує, що в повсякденному житті респондент постійно стикається з етнічно іншими групами і на основі цього досвіду вибудовує власну ідентичність. В етносоціології міжетнічна взаємодія та її роль у формуванні ідентичностей залишається малодослідженою, тому відмова від добору («парування») за озна-

кою національності інтерв'юера і респондента може створити дуже стимулюючу атмосферу для дослідження (*Hoong Sin, 2007: 477*).

Аутсайдер, позиція якого теж дискутується в етносоціології, перебуває поза групою, але є частиною співвідношення «ми – вони». Серед аргументів на користь цієї позиції основною є теза, що «не треба бути *X*, щоб зрозуміти *X*». Проте постає питання, чи дистанційованість ученого завжди приводить до кращого розуміння? Чи зможе науковець достатньо коректно «відчитати» соціокультурні коди іншої національної групи?

На упередженості чи заангажованості дослідника можуть позначатися:

- віра в те, що дистанція (неналежність до групи) автоматично забезпечує об'єктивність дослідження;
- віра в наукову «позанаціональну» і «соціально нейтральну» позицію;
- поверхова обізнаність науковця з історією, культурою, традиціями іншого етносу або нації можуть спричинити істотні помилки в дослідженні;
- почуття зверхності стосовно «чужої» групи (наприклад, у деяких дослідженнях автохтонних народів Африки, Азії, Південної Америки європейськими дослідниками).

Окремі науковці ставлять під сумнів придатність основних методик етносоціологічного дослідження (в тому числі якісних) для вивчення тубільних/місцевих спільнот, оскільки, на їхню думку, ці методики закріплюють позицію, коли «тубільне знання і світосприйняття» залишається як додаток до «білого способу мислення» (*Butler-McIlwraith, 2006: 369–381*). Відповідно, тубільні дослідники, які використовують ці методики, опиняються в позиції аутсайдера стосовно власної групи. Лунають пропозиції переосмислити існуючі етносоціологічні методи дослідження, зробити їх чутливішими до «іншого». Однією з таких спроб переосмислення стало розроблення групою дослідників на чолі з М. Лінном критичного расового методу (*critical race method*), який передбачає наявність власної расової дослідницької саморефлексії в поєднанні з залученням до дослідницького процесу досвіду пригноблених меншин (*Lynn, 2002: 3–6*).

Плануючи етносоціологічне дослідження, науковець повинен застановитися над тим, наскільки його власна теоретична і методологічна компетентність дозволить зменшити рівень упередженості результатів у зв'язку з обраною ним дослідницькою позицією інсайдера чи аутсайдера.

У процесі планування часто постає проблема добору інтерв'юерів. Адже, як уже зазначалося, національність інтерв'юера, а також мова, якою він проводить інтерв'ю, можуть істотно вплинути на зміст відповідей респондента. Навіть якщо інтерв'юер володіє мовою національної меншини (іншої національної спільноти) або користується послугами перекладача, респондент може ідентифікувати його як представника «чужої» національності й коригувати свої відповіді згідно з власними уявленнями про цю групу. З одного боку, дослідник може свідомо прагнути такого ефекту (якщо, наприклад, мета дослідження полягає у вивченні особливостей конструювання національної ідентичності у процесі міжнаціональної взаємодії); з іншого – якщо це неочікуваний ефект, він може позначитися на відповідності збираного матеріалу меті проекту.

Дослідникам та інтерв'юерам важливо також володіти знанням про національну історію, етнополітичну ситуацію, елементи культури, основні норми і цінності, приписи, обмеження і традиції групи, що вивчається. Такі знання сприяють скорішому досягненню взаємної довіри, допомагають глибше розуміти й осмислювати зібраний матеріал.

Особливості вибірки

Проблема вибірки є однією з найбільших серед тих, що виникають у процесі підготовки етносоціологічного дослідження. Нерідко національні меншини становлять дуже незначну частку певної спільноти, інші ж можуть перебувати в нелегальному становищі. Відповідно, дослідник може стикатися з проблемою наявності та досяжності респондентів. Одним із головних способів формування вибірки, який застосовують в етносоціологічних дослідженнях із використанням якісної методології, є «метод снігової кулі». Він передбачає пошук одного або кількох представників певної національності, які згодом скеровують дослідника до інших представників своєї групи. Основний недолік цього методу полягає в тому, що перший респондент, наприклад, голова певного національно-культурного товариства (*gatekeeper*) має можливість визначити тих респондентів, до яких вас слід скерувати, так би мовити, надійних, і вплинути на зміст інформації, яку вони розповідатимуть (підготовка респондента). Вони оминатимуть «небажані» (з точки зору контролюючої особи) теми, знатимуть, як треба «правильно» відповідати на запитання, що може зумовити однобічність і некоректність результатів дослідження.

Пошук респондентів через національно-культурні товариства або релігійні інституції також може бути проблемним, оскільки вони об'єднують

ють тільки найактивніших щодо даної установи представників групи. Поза увагою дослідника залишаються індивіди, які ідентифікують себе з певною нацією, але не схильні об'єднуватися з іншими членами спільноти для задоволення своїх національно-культурних потреб чи захисту прав.

Існує можливість формування вибірки для етносоціологічного дослідження на основі державних реєстрів обліку населення (архіви РАГС і паспортних столів, будинкові книги в ЖЕКах), проте доступ соціолога до цих документів є ускладненим.

У кроскультурних і кроснаціональних дослідженнях також може виникати питання про репрезентативність вибірки. Хоча правила її формування є спільними для всіх учасників опитування, кожна спільнота (країна) розраховує свою окрему вибірку (тут можуть траплятися певні спотворення або похибки).

Формулювання запитань

За формулювання запитальника або планування інтерв'ю в етносоціологічному дослідженні обов'язково виникає необхідність визначення національної чи етнічної приналежності респондентів. У різних дизайнах етносоціологічних проєктів можна натрапити на розбіжні підходи до вибору формулювання запитання. Одні вчені вважають, що пряме запитання звужує дослідницьке поле, змушуючи респондента шукати пряму відповідь на нього. Натомість, якщо ми приймаємо позицію, що ідентичність – це частина нашого невідрефлексованого повсякденного, то пряма відповідь нічого не розкриває (*Carspecken & Cordeiro, 1995: 89*). Інші дослідники наголошують, що респондент може бути носієм подвійної чи гібридної національної ідентичності або належати до представників транс- чи постнаціональної спільноти, тому пряме запитання про їхню національність не дозволяє розкрити всю складність їхнього досвіду. Отже, не слід забувати, що формулювання запитань, у першу чергу, залежить від теоретичної позиції автора і визначеної мети дослідження. В українських етносоціологічних дослідженнях знаходимо такі варіанти формулювання запитань: «Ваше етнічне походження», «Ваша етнічна приналежність», «Ваша національна приналежність», «Якою є Ваша національність?», «Тут міститься список можливих ознак, використовуючи які люди можуть себе характеризувати. Будь-ласка, виберіть з них такі, які дозволять Вам описати себе якнайкраще. Можна вибрати кілька варіантів...», «Ким Ви себе вважаєте за національністю?».

У багатьох етносоціологічних дослідженнях виникає необхідність глибшого розуміння і розкриття етнічної чи національної ідентичності,

різних її аспектів. Відповідно, у програму інтерв'ю/дослідження вводять додаткові або уточнюючі запитання, які дозволяють встановити ієрархію ознак або маркерів національної ідентичності, глибину відчуття приналежності до певної групи тощо.

Почути голос «іншого». Збирання, аналіз і оприлюднення матеріалів етносоціологічного дослідження

Як уже згадувалося вище, вміння почути голос маргіналізованої групи, наприклад, представників національних меншин вимагає від дослідника додаткових зусиль і навичок, адже їхній досвід важко вписати в загальний досвід домінантної групи. З огляду на те, що перед дослідником розгортаються два (або більше) дуже відмінні наративи, постає питання, як здійснити перехід від індивідуального до групового і від групового до макронаративів, не спотворивши «голосу» групи. Процес дослідження досвіду маргіналізованих груп включає у себе добір таких стратегій «слухання» і методів інтерв'ювання або опитування, які дозволяють «почути» історію тих, хто був позбавлений голосу, хто змушений розповідати про свій досвід «мовою» домінуючої групи, якою вони не завжди володіють або в якій відсутні засоби, через які вони можуть бодай якимось артикулювати замовчуваний досвід. Тому перед ученим постає завдання підбору такої дослідницької методики (або мультиметодної комбінації), яка б дозволила максимально повно розкрити досвід респондента і не втратити важливу інформацію у процесі комунікації. Цей процес включає й аналіз рамок, які накладаються дослідником через конструювання предмета обговорення й урахування труднощів, які при цьому можуть виникати, а також необхідність узгодження моделей пояснення, що застосовуються інтерв'юером і респондентом. Навіть якщо дослідникові вдається «почути» і зафіксувати досвід маргіналізованої групи, постає проблема його «перекладу» мовою наукової спільноти через процеси транскрибування, кодування, моделювання, аналізу і «монтування» результатів у дослідницький текст, а також «прочитання» тексту аудиторією, яка звикла трактувати його як неважливий або небажаний. Такий чутливіший підхід, який, у першу чергу, базується на якісній методології, дозволить дослідникам ще глибше збагнути всю унікальність досвіду окремих індивідів і національних/етнічних груп, які вони репрезентують.



Література

1. *Арбеніна В.* Етносоціологія: Навч. посіб. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2007.
2. *Йоргенсен М.В., Филліпс Л.* Дискурс-анализ. Теория и метод. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2004.
3. *Касьянов Г.* Теорії нації та націоналізму. – К.: «Либідь», 1999.
4. *Сміт Е.* Націоналізм. Теорія, ідеологія, історія. – К.: «К.І.С.», 2004.
5. *Andrade de L.* Identity in Qualitative Research. Negotiating from the Inside: Constructing Racial and Ethnic // *Journal of Contemporary Ethnography*. – 2000. – № 29. – 268–290.
6. *Aspinall P.* Approaches to Developing an Improved Cross-National Understanding of Concepts and Terms Relating to Ethnicity and Race // *International Sociology*. – 2007. – № 22. – P. 41–70:
7. *Butler-McIlwraith K.* (Re)presenting Indigeneity. The possibilities of Australian sociology // *Journal of Sociology*. – 2006. – № 42. – P. 369–381.
8. *Carspecken P.* Being, Doing, and Becoming: Textual Interpretations of Social Identity and a Case Study // *Qualitative Inquiry*. – 1995. – № 1. – P. 87–109.
9. *Gatson S.* On Being Amorphous: Autoethnography, Genealogy, and a Multi-racial Identity // *Qualitative Inquiry*. – 2003. – № 9. – P. 20–48.
10. *Hoong Sin Ch.* Ethnic-matching in qualitative research: reversing the gaze on ‘white others’ and ‘white’ as ‘other’ // *Qualitative Research*. – 2007. – № 7. – P. 477–499.
11. *Lionnet F.* Autoethnography: The an-archic style of Dust Tracks on a Road // D. LaCapra (Ed.). *The Bounds of Race: Perspectives in Hegemony and Resistance*. – Ithaca, NY: Cornell University Press, 1991. – P. 164–195.
12. *Lynn M.* Critical Race Theory and Education: Qualitative Research in the New Millennium // *Qualitative Inquiry*. – 2002. – № 8. – P. 311–326.
13. *Masahiro O.* Using Animation Film for social Research: description of Bullycide // *Sociology Looks at the Twenty-First Century: From Local Universalism To Global Contextualism*. Program. – Budapest: Central European University Press, 2008. – P. 55–56.
14. *Özkirimli U.* *Theories of Nationalism. A Critical Introduction*. – New York: St.Martin’s Press, 2000.
15. *Rhodes P.J.* Race-of-interviewer Effects: A Brief Comment // *Sociology*. – 1994. – № 28(2). – p. 547–558. – Bibliogr.– P. 556–558.
16. *Schrum L.* Framing the Debate: Ethical Research in the Information Age // *Qualitative Inquiry*. – 1995. – № 1. – P. 311–326.

Словник термінів

Етносоціологія – одна із спеціальних соціологічних теорій, що досліджує походження, суть і функції етнічних і національних спільнот.

Примордіалізм – теорія, яка пояснює походження нації як феномену, в основі якого лежать біологічні та генетичні чинники, і відносить її до природних, або органічних, спільнот.

Переніалізм – теорія, яка вважає, що нації – це спільноти, які існували завжди або впродовж тривалого історичного періоду. Одна частина переніалістів наголошує на безперервному характері існування націй, а інша вважає, що нації можуть приходити і відходити, проте ідея нації є універсальним історичним феноменом.

Етносимволізм – теорія походження нації, яка зосереджується на ролі суб'єктивних елементів в існуванні етносів і формуванні націй. Не вилучаючи із сфери досліджень об'єктивних чинників, більшої переваги надає аналізу суб'єктивних маркерів етносу, таким як цінності, почуття, міфи і символи, простежується їх тяглість у процесі переходу від етносу до нації.

Модерністська парадигма в теоріях походження нації – напрям, прихильники якого вважають, що націоналізм – це нове явище, яке виникає в модерну епоху, одночасно заперечують ідею про «природність», тисячолітню історичну тяглість і біологічну зумовленість нації.

Постмодерні та дискурсивні теорії націоналізму – розглядають націю як «дискурсивну формацію» і систему культурної сигніфікації, як форму нарративу, що складається з текстуальних стратегій, метафоричних заміщень і субтекстів, які змагаються за владу.

Автоетнографія – методика, що формується на межі автобіографії, соціології та етнографії. Автоетнографією називають нарацію, яка артикулює одну з інтерпретацій власної ідентичності в соціоісторичному контексті.

Метод дискурс-аналізу – розглядає тексти як соціальну практику. Увагу зосереджено на 1) історичній і культурній зумовленості людських поглядів на світ (наприклад, вважається, що мислення себе в національних категоріях є продуктом модерного часу); 2) тісному взаємозв'язку між значенням, владою, знанням і соціальною поведінкою індивідів (цей аспект є особливо важливим для процесів формування нації).

Дослідницька позиція **інсайдера** – методологічна позиція, яка вважає, що науковець має належати до тієї етнічної чи національної групи, яка досліджується.

Дослідницька позиція **аутсайдера** – методологічна позиція, згідно з якою науковець має бути представником іншого етносу чи нації, що дозволяє глибше і якісніше дослідити етносоціологічні процеси певної групи.

Контрольні запитання

1. Як узгоджується міждисциплінарний характер сучасної етносоціології з її окресленням як соціологічної теорії середнього рівня?
2. У чому полягає суть походження етнічності/національності з позицій різних теоретичних підходів?
3. Чим відрізняються модерністські теорії націогенезу від постмодерністських і дискурсивних теорій?
4. У чому полягає суть методики проєктивних малюнків?
5. Що таке автоетнографія?
6. Чи можна отримати різне знання через свідому зміну дослідницької позиції *інсайдера* на позицію *аутсайдера*? В чому, на Вашу думку, полягатимуть відмінності?

Теми рефератів

1. Роль сучасної держави в гомогенізації національної культури.
2. Модерністські теорії походження націй та їх вплив на методи дослідження етносоціологічних феноменів.
3. Роль інтерв'юера в етносоціологічному дослідженні: проблеми і перспективи.
4. Прояви «банального націоналізму» в українському соціумі.
5. Стратегії дискурсивного конструювання національної ідентичності у промовах політичних діячів.
6. Етичні проблеми дослідження етнічних/національних інтернет-спільнот.
7. Особливості формування вибірки в етносоціологічних дослідженнях.

Лекція 12

ГЕНДЕР І МАС-МЕДІА: ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ

Огляд теоретичних підходів до дослідження аудиторії

Дослідження аудиторії має на меті вивчити способи споживання медіа-продуктів і *змісти, які в них вкладають люди*. Перші дослідження аудиторії (40-х років минулого століття) часто звинувачують у «текстуальному детермінізмі», тобто у припущенні пасивності аудиторії, яка некритично поглинає медіа-тексти. Однією з перших теоретичних інтерпретацій відношення між повідомленнями мас-медіа та їх сприйняттям була так звана *гіподермічна модель*, або модель підшкірної ін'єкції (Trowler, 2000: 944). Відповідно до неї припускалася аналогія між впливами медіа-повідомлень та ін'єкційних наркотиків. Таким чином, медійний засіб (телебачення, преса, радіо тощо) розглядали як шприц, медіа-повідомлення – як медикамент/ наркотик, а аудиторію – як пацієнта, якому роблять ін'єкцію. Концепція наркотизації аудиторії так само апелює до цієї моделі. Вона передбачає, що мас-медіа навіюють аудиторії політичну, інтелектуальну та фізичну апатію, позбавляють її критичного сприйняття дійсності та рефлексії. Найяскравіше цю позицію викладено у працях представників Франкфуртської школи – Г. Маркузе (Маркузе, 1994) і Т. Адорно (Адорно, 2001).

Хоча нині гіподермічна модель є менш популярною, у 60-х роках ХХ століття її досить часто використовували психологи в лабораторних дослідженнях. Наприклад, А. Бандура, який досліджував причинно-наслідкові зв'язки між медіа-повідомленням і його сприйняттям аудиторією, доводив, що сцени фільмів здатні настільки ж ефективно навчати агресії, як і реальні життєві ситуації. Особливо це стосується навіювання агресії хлопчикам, які намагаються імітувати дії героїв фільмів. Згодом ці дослідження лягли в основу теорії соціального навчання, яка стверджує, що люди схильні імітувати соціально заохочувану поведінку (Trowler, 2000).

Проблемним аспектом цього підходу є ігнорування того, що аудиторія не є гомогенною соціальною групою і, відповідно, може демонструвати багато способів сприйняття та інтерпретації медіа-повідомлень. Лишаються поза увагою й обставини споживання медіа. Очевидно, що ефект медіа-тексту може різнитися у випадках споживання його свідомо та цілеспрямовано або лише як фону для іншої діяльності.

Нормативна модель, або концепція двоступеневого потоку інформації передбачає врахування більш складного процесу інтерпретації медіа-повідомлень. Р. Мертон (*Merton, 1946*), І. Кац та П. Лазарсфельд (*Katz, Lasarsfeld, 1960*) стверджували, що медіа-вплив відбувається у два етапи. На першому етапі медіа-повідомлення *досягає особи* (члена аудиторії), на другому – відбувається інтерпретація цього повідомлення, зумовлювана соціальною інтеракцією. Значення соціальної інтеракції полягає в тому, що особи, думка яких важлива для індивіда (так звані лідери думок), впливають на те, як індивід реагує на медіа-повідомлення.

У сучасних підходах до дослідження аудиторії спостерігається охоплення більшої кількості аспектів споживання медіа-повідомлень. Беруться до уваги не лише способи впливу мас-медіа на аудиторію, але й мета, з якою люди звертаються до мас-медіа, а також способи, у які вони це здійснюють. Помітною тенденцією сучасних досліджень аудиторії є визнання *множинності* способів інтерпретації медіа-повідомлень та загалом активної позиції аудиторії стосовно медіа-продуктів, які вона споживає. Серед основних сучасних підходів до дослідження аудиторії можна виокремити такі:

- інтерпретативний підхід (модель кодування/декодування);
- підхід використання та задоволення (*uses and gratification approach*);
- підхід використання медіа-технологій.

Відповідно до *інтерпретативного підходу*, аудиторію розглядають як таку, що здатна «фільтрувати» медіа-повідомлення, а саме ігнорувати, чинити опір, забувати чи переінтерпретувати їх. Іншими словами, аудиторія активно сприймає зміст медіа-текстів. Важливим аспектом взаємодії аудиторії та медіа-повідомлення є інтертекстуальність, тобто здатність тексту набувати значення через взаємозв'язок з іншими текстами (*Trowler, 2000: 947*) Таким чином, визнано, що інтерпретація медіа-повідомлення аудиторією практично завжди здійснюється на підставі певного соціально-культурного знання. Одним з перших прикладів звернення до інтерпретативного підходу є модель кодування/декодування, запропонована С. Холлом (*S. Hall*) у 70-х роках минулого століття.

Відповідно до неї передбачається, що медіа-тексти проходять процес «перекладу», коли в них закладаються певні ідеї/значення при створенні їх і коли їх прочитусь аудиторія. Для цієї моделі ключовими є такі ідеї: кожна подія може бути закодована (представлена) більш як в один спосіб; повідомлення можуть мати більш як одне значення поряд з основним, закодованим; повідомлення можуть бути прочитані аудиторією в різний спосіб (Hall, 1980). Ці міркування були згодом використані та розширені в дослідженнях телевізійної аудиторії Девідом Морлі (D. Morley) та Шарлот Брандсон (Ch. Brundson) у 80-х роках ХХ століття (див.: Trowler, 2000: 948). Важливим внеском цього дослідження стало виокремлення основних способів декодування медіа-повідомлень аудиторією залежно від сприйняття основного закодованого значення:

- «гегемонний код» (закодована ідея відповідає розкодованій; це бажане, з точки зору творців повідомлення, прочитання);
- «професійний код» (інтерпретація повідомлення зумовлена професійною культурою групи, до якої належить індивід);
- «узгоджений код» (модифікація змісту закодованого повідомлення);
- «опозиційний код» (розуміння закодованого повідомлення та його заперечення).

Підхід використання та задоволення робить наголос на тому, що люди використовують мас-медіа в різний спосіб залежно від їхніх потреб і бажань. Індивіди розглядаються як активні інтерпретатори та суб'єкти вибору. Деніс МакКвейл (D. McQuail) зокрема запропонував такі основні типи використання мас-медіа та відповідні задоволення/винагороди: розвага (втеча від реальності), особисті відносини (уявна участь у житті медіа-спільноти, наприклад у житті героїв телесеріалу), особиста ідентичність (допомога в дослідженні та підтвердженні ідентичності, наприклад за допомоги Інтернету) та нагляд/спостереження (відчуття знання про те, що відбувається) (Trowler, 2000: 946). Іншим представником цього підходу є Джеймс Лалл, який розробив класифікацію соціальних причин використання телебачення (Lull, 1990). Очевидним є те, що чоловіки та жінки можуть використовувати мас-медіа по-різному, отримуючи при цьому різне задоволення. Окрім того, задоволення від мас-медіа залежить також від інших соціальних характеристик, таких як вік, досвід, професійна належність, релігійність, соціальний статус, місце проживання тощо. Критики моделі використання та задоволення найчастіше посилаються на оминання увагою того, чому люди мають певні потреби і чому вони звертаються до саме таких спо-

собів їх задоволення. Потреби часто розглядають як такі, що існують об'єктивно, хоча приклад реклами доводить, як медіа можуть також й створювати потреби. Окрім того, відповідно до цього підходу увага зосереджена здебільшого на індивідуальному рівні, ігноруючи при цьому соціально-культурний контекст споживання мас-медіа. Серед гендерних досліджень, які звертаються до використання цього підходу, найвідомішими є праця Дж. Редвей «Прочитання романів» (*Radway, 1984*), І. Анг «Переглядаючи Даллас: мильна опера та мелодраматична уява» (*Ang, 1989*) та Дж. Хермес «Прочитання жіночих журналів: аналіз повсякденного використання медіа» (*Hermes, 1995*).

Підхід використання медіа-технологій звертає увагу на практичні особливості використання мас-медіа (наприклад, використання відеотехніки, вибір каналів, значення звернення до мас-медіа в повсякденному житті тощо) (*Jill, 2007*). Велика частина цих досліджень акцентує на значенні гендеру, як одного з центральних організуючих принципів повсякденності. Так, у своєму дослідженні домашнього телебачення Д. Морлі демонструє, що гендер пронизує практично всі аспекти відносин індивідів і телебачення: переваги і виборі програм, реалізацію цього вибору, обсяг та стилі перегляду тощо (*Morley, 1986*).

Якісні методи дослідження аудиторії

Вибір методу дослідження аудиторії передусім визначається метою та завданнями дослідження. З огляду на це, неможливо говорити про переваги того чи іншого методу. Дослідження того, як аудиторія сприймає медіа-повідомлення і який зміст вона в них вкладає, надзвичайно складно здійснити за допомоги опитування громадської думки. Проте цей метод є дієвим у випадку, коли стоїть завдання вивчити переконання, ставлення, поведінку аудиторії щодо мас-медіа (наприклад, частоту й обставини перегляду телебачення), рейтинги популярності медіа-продуктів тощо. Водночас масове опитування є менш придатним, якщо необхідно зрозуміти *чому* ці відношення є саме такими. Для дослідження способів інтерпретації медіа-повідомлень, вивчення способів використання та ролі мас-медіа в повсякденному житті більш адекватним є застосування якісних методів досліджень. Ці методи уможливають дослідження аудиторії у більш «природних» обставинах, ніж це відбувається у випадку опитування громадської думки чи лабораторних експериментах. Слід пам'ятати, що особливістю якісних методів є можливість глибокого вивчення проблеми, проте їхні висновки найчастіше неможливо генералізувати на великі сукупності.

Включене спостереження – один з якісних методів, що їх використовують для дослідження аудиторії. Його перевага, яка полягає у вивченні аудиторії в найбільш природних обставинах та можливості аналізу безпосередньої реакції на ті чи інші медіа-повідомлення, водночас є і проблемним аспектом цього методу. Необхідність доступу до учасників дослідження і тривалого перебування дослідника в приватному просторі інших людей обмежує використання цього методу для дослідження аудиторії (Silverstone, 1991). Звісно це не означає, що включене спостереження неможливо використовувати в дослідженнях аудиторії. Низка досліджень демонструє успішне використання цього методу. До них відносять дослідження Д. Хобсон (Hobson, 1982) (аналіз перегляду популярних британських «мільних» опер), Морлі (Morley, 1986) (вивчення «сімейного телебачення»), Т. Ліндоф (Lindof, Shatzer, Wilkinson, 1988) (використання відео в американських родинях) та ін.

Напівструктуроване інтерв'ю та фокус-групові дискусії уможливають отримання більш насичених і чутливих даних про динаміку відношення аудиторії та мас-медіа, ніж у випадку використання опитувань громадської думки. Порівняно із включеним спостереженням, їхньою перевагою є легший доступ до учасників. Основним припущенням, на якому ґрунтується метод інтерв'ю в дослідженні аудиторії є те, що під час інтерв'ю учасник усно конструює свій соціальний досвід (Lindof, Taylor, 1995). Інтерв'ю є адекватним методом дослідження у випадку, коли стоїть завдання виявити досвід та інтерпретації, які дає аудиторія. Зазвичай учасниками інтерв'ю стають особи, досвід яких є центральним для вивчення дослідницької проблеми. Розглядаючи методи дослідження аудиторії, спинімося детальніше на фокус-груповій дискусії.

Метод фокус-груп у дослідженні аудиторії

Фокус-групові дискусії дають можливість досліднику спостерігати як представники аудиторії інтерпретують значення медіа-повідомлень через комунікацію та взаємодію з іншими учасниками. Цей метод здобув популярність як підхід до дослідження медіа-аудиторій у 80-х роках минулого століття, хоча використання фокус-груп у медіа-дослідженнях було започатковане ще в 40-х. Відродження інтересу до цього методу пов'язане зі зміною парадигми від дослідження впливу та ефектів мас-медіа на аудиторію до вивчення інтерпретації медіа-текстів, надання змісту медіа-повідомленням та взаємодії з медіа-технологіями (Hansen, Cottle et al., 1998). Звернення до фокус-групових дискусій ґрунтоване на припущенні активності аудиторії в конструюванні значення медіа-текстів.

Метод фокус-груп полягає у виокремленні цільових груп, учасники яких мають спільний соціальний досвід, стимулюванні дискусії в межах цих груп щодо обраної теми та порівнянні отриманих результатів (Мертон, Фіске, Кендалл, 1991). Обрання цього методу для дослідження аудиторії зумовлюється низкою причин. Зокрема, генерування значення та інтерпретації медіа-змісту є «природною» соціальною діяльністю. Отже, аудиторія формує свої інтерпретації та думки про медіа-повідомлення через комунікацію та інтеракцію, що можливо виявити за допомогою фокус-груп. Порівняно з глибинними інтерв'ю цей метод додатково забезпечує можливість вивчення динаміки та застосування різних способів виявлення, стимулювання та конструювання інтерпретацій аудиторії (Hansen, Cottle et al., 1998: 261–262).

Обираючи метод фокус-груп для дослідження аудиторії головним очікуванням є отримання насичених, детальних, комплексних даних про те, як люди інтерпретують, узгоджують, використовують мас-медіа та медіа-тексти. Водночас, практика проведення фокус-груп може виявитися не настільки райдужною. Це пов'язано з тим, що люди часто свідомо не замислюються над тим, який зміст вони вкладають у медіа-тексти і як вони використовують мас-медіа у своєму повсякденному житті, тому артикулювати свої інтерпретації цих питань у контексті фокус-груп їм буває досить складно. З огляду на це, з метою організації плідної дискусії важливими моментами є ретельна підготовка до проведення фокус-групи, а також фаховість модератора.

Більш ґрунтовно зі специфікою методу фокус-груп, процедурою його організації та проведення можна ознайомитися у праці Р. Мертона, М. Фіске, П. Кендал «Фокусоване інтерв'ю», С. Белановського «Метод фокус-груп» та ін. Розгляньмо далі приклад фокус-групового дослідження, метою якого було виявлення оцінки та інтерпретації гендерних повідомлень телереклами представниками різних статево-вікових груп.

Приклад використання фокус-групових дискусій в дослідженні інтерпретацій гендерних дискурсів реклами¹

Тема: Сприйняття гендерних репрезентацій телевізійної реклами аудиторією.

¹ Це дослідження є частиною дисертації Т. Бурейчак на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук. Дослідження відбувалося у 2006 році у Львові.

Мета: Дослідити сприйняття та інтерпретацію домінантних (гегемонних)¹ й альтернативних дискурсів фемінності та маскулінності, артикульованих у телевізійній рекламі, жінками і чоловіками різного віку.

Завдання:

1. Виявити та зіставити реакції респондентів-жінок різних вікових категорій (молодшого, середнього та старшого віку) на репрезентацію домінантних та альтернативних дискурсів фемінності у рекламі. Проаналізувати та порівняти їхні інтерпретації репрезентацій фемінності та ступінь раціоналізації власної позиції.
2. Виявити та зіставити реакції респондентів-чоловіків різних вікових категорій (молодшого, середнього та старшого віку) на репрезентацію домінантних та альтернативних дискурсів фемінності у рекламі. Проаналізувати й порівняти їхні інтерпретації репрезентацій фемінності та ступінь раціоналізації власної позиції.
3. Виявити та зіставити реакції респондентів-жінок різних вікових категорій (молодшого, середнього та старшого віку) на репрезентацію домінантних та альтернативних дискурсів маскулінності у рекламі. Проаналізувати й порівняти їхні інтерпретації репрезентацій маскулінності та ступінь раціоналізації власної позиції.
4. Виявити й зіставити реакції респондентів-чоловіків різних вікових категорій (молодшого, середнього та старшого віку) на репрезентацію домінантних та альтернативних дискурсів маскулінності у рекламі. Проаналізувати та порівняти їхні інтерпретації репрезентацій маскулінності та ступінь раціоналізації власної позиції.
5. Здійснити порівняння сприйняття домінантних та альтернативних дискурсів фемінності та маскулінності у рекламі жінками та чоловіками трьох вказаних вікових груп.
6. Визначити моделі та способи декодування домінантних та альтернативних гендерних дискурсів, які демонструють представники різних вікових і гендерних груп.

¹ Гегемонним гендерним дискурсом у сучасному українському суспільстві, який визначає переважаче визначення фемінності та маскулінності, є патріархатний. Він посідає домінантну позицію стосовно інших гендерних дискурсів. Його особливість полягає у протилежному визначенні фемінності та маскулінності, а також в їх ієрархічному позиціонуванні. Альтернативні гендерні дискурси є менш впливовими порівняно з гегемонними, проте оскільки вони намагаються перевизначити поняття фемінності та маскулінності, вони наділені потенціалом деконструкції домінантного гендерного дискурсу. Іншою особливістю альтернативних гендерних дискурсів є те, що вони пропонують такі визначення маскулінності або фемінності (або інших гендерних ідентичностей), які часто не можна визначити як протиставлення цих категорій.

Об'єктом дослідження є чоловіки та жінки різних вікових груп.

Предметом дослідження виступають способи сприйняття та інтерпретації респондентами домінуючих та альтернативних гендерних дискурсів, артикульованих у рекламі.

Таблиця містить опис моделей декодування гендерних дискурсів аудиторією, звертаючи увагу на конкретні способи інтерпретації гендерних повідомлень реклами. В основу класифікації покладений підхід, запропонований С. Холлом (*Hall*, 1980) та Д. Морлі (*Morley*, 1986).

Гіпотези

1. Можна припустити, що вік учасників, який зумовлює особливості соціалізації їх та їхню систему цінностей, буде критерієм, за яким спостерігатиметься відмінність у прочитуванні гендерних повідомлень реклами. За припущенням, молодші покоління поділятимуть менш традиційні погляди щодо гендерного порядку, а також будуть більш відкритими і толерантними до альтернативних гендерних дискурсів порівняно із старшими поколіннями.

Таблиця

Моделі декодування гендерних дискурсів реклами

<i>Декодування гегемонних гендерних дискурсів</i>	<i>Декодування альтернативних гендерних дискурсів</i>	<i>Визначальні моделі декодування гендерних дискурсів</i>	<i>Сприйняття респондентами гегемонних та альтернативних гендерних репрезентацій телереклам</i>
<p>Гегемонна модель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудиторія поділяє гегемонні дискурси в процесі прочитування гендерних повідомлень; - гегемонні дискурси інтерпретуються як нормальні/ природні; - гендерні репрезентації, які відповідають гегемонним дискурсам, сприймаються схвально; - декодування повідомлень є некритичним. 	<p>Опозиційна модель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудиторія не поділяє альтернативні дискурси в процесі прочитування гендерних повідомлень; - альтернативні дискурси заперечуються; - гендерні репрезентації, які відповідають гегемонним дискурсам, сприймаються негативно; - декодування повідомлень є критичним. 	<p>Респонденти поділяють гегемонні гендерні дискурси</p>	<ul style="list-style-type: none"> - респонденти демонструють схвальне ставлення до телереклам, у яких жінки та чоловіки зображені в їхніх традиційних ролях; - респондентам хотілося б бути подібними до відповідних героїв/ героїнь телереклам; - респонденти не схвалюють альтернативні способи репрезентацій чоловіків та жінок.

Закінчення таблиці

<p>Узгоджена модель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - залежно від ситуації гегемонні або альтернативні дискурси інтерпретуються як нормальні; - гендерні репрезентації, які відповідають гегемонним дискурсам, сприймаються схвально вибірково; - можливе нейтральне ставлення до гендерних репрезентацій як гегемонних, так і альтернативних дискурсів; - декодування повідомлень є суперечливим. 		<p>Респонденти поділяють гегемонні та альтернативні гендерні дискурси</p>	<ul style="list-style-type: none"> - респонденти демонструють невизначене, суперечливе ставлення до телереклам, в яких жінки та чоловіки зображені в їхніх традиційних та альтернативних гендерних ролях; - респондентам хотілося б одночасно бути подібними до героїв/героїнь, які репрезентують гегемонні та альтернативні уявлення про гендер.
<p>Опозиційна модель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудиторія не поділяє гегемонні дискурси в процесі прочитування гендерних повідомлень; - гегемонні дискурси заперечуються та інтерпретуються як негативні; - гендерні репрезентації, які відповідають гегемонним дискурсам, сприймаються негативно; - декодування повідомлень є критичним 	<p>Гегемонна модель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аудиторія поділяє альтернативні дискурси в процесі прочитування гендерних повідомлень; - альтернативні дискурси інтерпретуються як нормальні; - гендерні репрезентації, які відповідають альтернативним дискурсам, сприймаються схвально; - декодування повідомлень є некритичним. 	<p>Респонденти поділяють альтернативні гендерні дискурси</p>	<ul style="list-style-type: none"> - респонденти демонструють схвальне ставлення до телереклам, у яких жінки та чоловіки зображені в їхніх альтернативних гендерних ролях; - респондентам хотілося б бути подібними до відповідних героїв/героїнь телереклам; - респонденти не схвалюють домінуючі способи репрезентацій чоловіків та жінок.

2. Припускається, що жінки будуть загалом схвальніше ставитися до альтернативних дискурсів фемінності та маскуліності порівняно із чоловіками. Це припущення ґрунтується на тому, що альтернативна фемінність (наприклад, жінки-підприємця) є більш позитивною у соціальному сприйнятті, ніж альтернативна маскуліність (наприклад, чоловіка-домогосподаря). Якщо у першому випадку йдеться про набуття певного соціального статусу, то другий випадок стереотипно сприйматиметься як такий, за якого цей статус втрачається.

3. Припускається, що чоловіки порівняно із жінками будуть схвальніше ставитися до традиційного гендерного порядку, який закріплює домінування їх у соціальній та приватній сферах.

4. Згідно з очікуваннями, жінки молодшого віку (пострадянської генерації) порівняно з усіма іншими групами демонструватимуть найпозитивніше ставлення до альтернативних способів визначення гендерної ідентичності, особливо фемінності, яка буде визначатися як один із *множини* способів самореалізації сучасної жінки.

5. Молодші покоління здебільшого демонструватимуть узгоджену модель декодування домінантних гендерних дискурсів, тоді як старші покоління частіше декодуватимуть гендерні повідомлення реклами відповідно до гегемонного дискурсу. Також узгоджена та опозиційна модель декодування домінантних гендерних дискурсів переважатиме серед жінок, на відміну від чоловіків, які схилитимуться до гегемонного способу прочитування домінантних гендерних дискурсів.

Обґрунтування вибору методу

Головним методом збирання інформації було обрано фокус-групову дискусію. Вибір цього методу зумовлений передусім головною метою цього дослідження, яка полягає в аналізі сприйняття гендерних повідомлень реклами аудиторією, а саме різними категоріями людей залежно від віку і статі. Вибір фокус-групової дискусії був пов'язаний також із низкою її переваг порівняно з іншими методами дослідження. На відміну від опитування, яке може виявити загальну інформацію про переваги аудиторії стосовно певних гендерних дискурсів, фокус-група, як один із якісних методів, дозволяє дослідити причини саме таких уподобань. Це означає, що використання цього методу дозволяє глибше та якісніше дослідити природу сприйняття гендерних повідомлень реклами.

До переваг цього методу можна також віднести керованість процесом отримання інформації. Оскільки процедура отримання даних, тобто процес комунікації, ініційована дослідником, це дає можливість впливати на рівень концентрованості релевантної інформації під час дискусії. Водночас слід зазначити етичність способу отримання даних, яка пов'язана з *поінформованою згодою учасників взяти участь у дослідженні*. Наприклад, у включеному спостереженні цей аспект суттєво проблематизований. Також до переваг фокус-групової дискусії можна віднести те, що учасники не лише артикулюють наперед сформовані думки та погляди, як це відбувається під час індивідуального інтерв'ю, але й мають

зможу рефлексувати з приводу позицій інших учасників, тим самим визначаючи власну думку та позицію щодо предмета дискусії. На відміну від індивідуального інтерв'ю, фокус-групова дискусія уможливує дослідження динаміки взаємодії між учасниками та їхньої невербальної комунікації.

Неприродність комунікації, яка пов'язана із штучно сконструйованими обставинами її проведення, а також можливий тиск одних учасників на інших у процесі дискусії є певними недоліками цього методу, які приймалися до уваги як при проведенні дослідження, так і під час аналізу отриманих результатів.

Учасники фокус-групи

Кількість учасників. Загальна кількість учасників одного фокус-групового дослідження становила 6–7 осіб. Це найбільш оптимальне число, яке дозволяє адекватно представити спектр думок учасників, забезпечити активність респондентів і взаємодію між ними. Збільшення кількості респондентів може ускладнити керування ходом дискусії та обмежити можливість вільного висловлювання кожного із учасників. Зменшення кількості учасників може призвести до збіднення предмета дискусії та збільшення ймовірності неадекватного моделювання динаміки думок у суспільстві (Белановский, 1996).

Соціальні характеристики учасників. Важливим критерієм відбору респондентів для участі у фокус-групі є гомогенність їхніх соціальних характеристик. Головними ознаками гомогенності респондентів у цьому дослідженні виступають стать, вік, освіта та рівень доходів учасників. Це означає, що учасники кожної фокус-групи належать до однієї статево-вікової групи, мають приблизно однаковий рівень освіти й доходів. Гомогенність учасників фокус-групи забезпечує взаєморозуміння між учасниками, які, за припущенням, ведуть схожий спосіб життя, а також дає змогу уникнути «замикання» респондентів та утворення ієрархій думок учасників за ознаками соціального статусу і віку.

Беручи до уваги головну мету цього дослідження, яка полягає у зіставленні думок учасників дискусії залежно від віку і статі, необхідною умовою відбору респондентів є забезпечення гомогенності всіх їхніх соціальних характеристик, які потенційно можуть впливати на інтерпретації гендерних образів у рекламі. У зв'язку із цим для учасників усіх фокус-груп спільним є однаковий рівень доходів та освіти.

Освіта. За припущенням, існує значна кореляція між рівнем освіти і ступенем інтеріоризації домінантних та альтернативних гендерних дискурсів. Це означає, що різні категорії людей залежно від їхнього освітнього рівня можуть суттєво відрізнятися за характеристиками сприйняття гендерних дискурсів. Проте у зв'язку із намаганням уникнути перенасичення інформацією, яке пов'язане із компаративним аналізом «прочитування» гендерних повідомлень реклами жінками та чоловіками різного віку і різним рівнем освіти, це дослідження зосереджується лише на вивченні реакцій сприйняття гендерних аспектів реклами в межах групи представників з однаковим рівнем освіти. У цьому випадку такою групою є респонденти із вищою освітою. Можна припустити, що освіта буде розширювати та збагачувати розуміння соціальної природи гендерних відносин, що позначиться більшою мірою гендерної толерантності та критичнішим ставленням до традиційного визначення гендерного порядку серед людей із вищою освітою порівняно з іншими категоріями людей із нижчим рівнем освіти. Відтак, обмежуючи об'єкт аналізу в межах цього дослідження, можна визначити перспективу подальшого вивчення цієї проблеми з урахуванням рівня освіти і порівнянням груп респондентів за цим показником.

Рівень доходів. Рівень доходів учасників вказаного фокус-групового дослідження є приблизно однаковим і дорівнює середньомісячній заробітній платі найманих працівників у Львівській області станом на 1 січня 2005 року. Ця сума становить 606 гривень.

З метою можливості зіставлення думок респондентів різної статі та віку в цьому дослідженні було виокремлено шість цільових груп по 6–7 учасників. Групи склалися з молодих жінок (віком від 20 до 30 років), жінок середнього віку (від 31 до 45 років) і старших жінок (від 46 до 60 років), а також молодих чоловіків (віком від 20 до 30 років), чоловіків середнього віку (від 31 до 45 років) і старших чоловіків (від 46 до 60 років).

Стать. Сегрегація учасників за ознакою статі пов'язана із припущенням наявності значних відмінностей у способі життя, соціальних мотиваціях та уявленнях чоловіків і жінок. Розмежування груп за ознакою статі також зумовлене тематикою винесених на обговорення питань, які можуть стосуватися приватних аспектів життя респондентів (щодо яких було б важко висловлюватися у присутності представників іншої статі). Припускається, що відсутність представників протилежної статі серед учасників фокус-групи створюватиме достатньо комфортну атмосферу, яка сприятиме повнішому розкриттю думок респондентів.

Вік. Обмеження віку всіх учасників цього дослідження (від 20 до 60 років) пов'язане з тим, що ці категорії охоплюють частину працездатного населення, активно залученого до сфери економіки (найбільш забезпечене працею). Ця вікова група поділяється на три підгрупи учасників – від 20 до 30 років, від 31 до 45 років та від 46 до 60 років. Такий віковий розподіл зумовлений метою дослідження, яка полягає у порівняльному аналізі сприйняття гендерних повідомлень реклами різними віковими групами людей. Вирізані три вікові групи складаються із осіб, свідоме формування особистості яких відбувалося у суттєво відмінні історичні періоди – радянський, перехідний (перебудова) та за часів незалежності України. Це потенційно означає існування генераційних відмінностей у цінностях та світогляді цих людей, які частково будуть визначені внаслідок аналізу подібностей та відмінностей сприйняття гендерних дискурсів у рекламі. Отже, вікові характеристики учасників цього дослідження дозволяють класифікувати їх як представників радянської, перехідної та пострадянської генерацій. Вікові рамки цільових груп також визначаються таким чином, щоби варіативність вікових ознак у межах однієї групи не перевищувала 15 років. Це є необхідною умовою для уникнення непорозумінь серед учасників різних поколінь та запобігання можливим спробам нав'язування своїх думок старшими або молодшими учасниками фокус-групи як більш значимих, авторитетних, сучасних тощо.

Національність, рідна мова та релігійна належність респондентів не впливали на рішення про відбір їх як учасників фокус-групового дослідження, проте зазначалися при заповненні ними попередньої фільтруючої анкети, що дозволяло згодом розширити поле аналізу та інтерпретацій отриманих результатів.

До участі у фокус-групі не допускалися такі категорії людей:

- особи, знайомі із модератором;
- особи, знайомі між собою;
- особи, знайомі із процедурою фокус-групового дослідження;
- особи, професійно знайомі із предметом дослідження;
- особи, чия діяльність пов'язана із соціологією або маркетинговими дослідженнями.

За припущенням, динаміка групової взаємодії може бути зумовлена особистим знайомством учасників між собою та з модератором, що виражатиметься у намаганнях перенести попередньо напрацьовану схему взаємодії між цими людьми на їхні ролі та позиції під час дискусії. Це також може призводити до ефекту контролювання респондентами один

одного та інших негативних наслідків. Особи, знайомі із процедурою проведення фокус-груп та з предметом дослідження, а також соціологи і маркетологи за фахом виключалися із переліку потенційних учасників дослідження у зв'язку із можливою упередженістю цих категорій людей.

Кількість груп. Загальна кількість фокус-груп у межах цього дослідження становить сім (перша – пілотажна, а решта шість – робочі).

Предмет дискусії

Головним предметом обговорення під час фокус-групових дискусій були різноманітні гендерні репрезентації телевізійної реклами. Учасникам демонструвалися два блоки реклами (по чотири реклами у кожному), після чого відбувалося обговорення ставлення респондентів до запропонованої реклами, та гендерних репрезентацій. Один блок реклами складався із чотирьох рекламних роликів, головними героями яких були жінки, при цьому у двох із них акцентувалося традиційне зображення жінки, яке відповідає домінантному дискурсу фемінності, а у двох інших пропонувалися нетрадиційні репрезентації фемінності, які відповідають альтернативним гендерним дискурсам. Аналогічним чином був складений другий блок, де головним героєм виступав чоловік. Дві реклами подавали традиційне визначення маскулінності, а ще дві – альтернативні способи представлення чоловіків. Зокрема, були обрані такі рекламні ролики.

Реклама, яка артикулює домінантний дискурс фемінності:

1. Реклама прального порошку «Persil», де увагу зосереджено на головній ролі жінки як домогосподині, обов'язком якої є підтримання охайного зовнішнього вигляду її чоловіка.
2. Реклама засобу проти целюліту «Burn and Block», яка акцентує важливість підтримання ідеальної фігури та привабливої зовнішності для жінки.

Реклама, яка артикулює альтернативні дискурси фемінності:

1. Реклама арахісу «Мачо», яка демонструє впевнену успішну жінку, зображену як споживача чоловічої сексуальності.
2. Реклама мобільного телефону «Samsung», яка репрезентує успішну ділову жінку.

Реклама, яка артикулює домінантний дискурс маскулінності:

1. Реклама пива «Арсенал», яка наголошує на чоловічій фізичній силі, вправності, гомосоціальності – виключній чоловічій дружбі, підтримці у важкий момент та спільному проведенню дозвілля.

2. Реклама телевізору «LG», яка зображує заможного та впевненого чоловіка, що насолоджується своїм розкішним життям.

Реклама, яка артикулює альтернативні дискурси маскуліності:

1. Реклама дитячих підгузників «Pampers», яка репрезентує чоловіка як дбайливого батька.
2. Реклама напою «Coca-Cola», яка демонструє чоловіка, який став об'єктом для споглядання та насолоди для жінки.

Структура фокус-груп залежала від гендерного складу її учасників. Спільними для всіх фокус груп були такі моменти:

- зустріч учасників модератором;
- заповнення ними фільтруючих анкет;
- вступ модератора;
- представлення учасників;
- підписання учасниками інформованої згоди;
- вступне питання («breaking the ice»);
- показ роликів;
- основна дискусія;
- завершення дискусії.

Аналіз результатів

Головним методом аналізу результатів фокус-групового дослідження був обраний дискурс-аналіз. Цей метод текстуального аналізу полягає у дослідженні процесу створення змісту тексту. Основним предметом дослідження тут виступають:

- значення слів та речень;
- зв'язки між елементами тексту;
- послідовність висловів;
- аналіз формулювань висловів тощо.

Велику роль відіграють також багатозначні вислови, спосіб формулювання мовлення, зміст і структура аргументації, недомовленості. Незважаючи на існування відмінностей у конкретних процедурах здійснення дискурс-аналізу – І. Паркер (*Parker, 1999*), Дж. П. Джі (*Gee, 2005*), більшість із них звертають увагу на правила, структуру та закономірності побудови текстів. Застосування цього методу для аналізу текстів фокус-групових дискусій покликано простежити міру інтерналізації учасниками домінантних гендерних дискурсів, що становить одну із двох головних цілей цього дослідження.

Фрагмент представлення результатів дослідження

Одна з перших тем, які були винесені на обговорення, – це самореалізація жінки у приватній сфері. Як втілення цього образу була обрана героїня реклами прального порошку «Persil». Спробуємо простежити, до яких тем звертаються учасниці, коли вони дискутують стосовно цього образу.

Одне з пояснень, висловлених молодшими учасницями фокус-групової дискусії щодо виконання жінкою домашніх обов'язків, було пов'язане із жертвністю жіночого кохання: *«Вона показана, що кохає того чоловіка, який би він для неї не був... Треба випрати сорочку – випрала»* (учасниця О., ФГД – Ж1¹). Тут ідеться про те, що заради кохання та незалежно від того, яким є чоловік, до обов'язків жінки входить догляд за ним і виконання хатньої роботи. Учасниці також зазначали нормативність конструювання фемінності через приватну сферу та закріплення за жінкою обов'язків з домогосподарства: *«Мені здається, щось таки в жінці має бути жіночне – домашні обов'язки і т. д.»* (учасниця К., ФГД – Ж1); *«Я думаю, що жінка має співставляти як і обов'язки хатні свої, так і бути хорошою дружиною для чоловіка»* (учасниця Т., ФГД – Ж1). У цих висловлюваннях можна простежити три моменти. По-перше, це закріплення за жінкою відповідальності за ведення домашнього господарства через визначення домашніх обов'язків як *«своїх»*, тобто жіночих. По-друге, це співвіднесення виконання домашніх обов'язків жінкою як умови визначення *«хорошою дружиною»*. І третє – це визначення та легітимація оцінки нормативної фемінності через існування зовнішнього референта – чоловіка, для якого жінка *«має ...бути хорошою дружиною»*.

Водночас учасниці молодшої групи зазначають, що важливим позитивним моментом у репрезентації героїні реклами «Persil» є її охайний зовнішній вигляд (*«вона не якась там невиспана ..., зачухана»*) – учасниця К., ФГД – Ж1; *«в рекламі цього прального порошку така, знаєте, жінка гарна як для свого віку, для своїх обов'язків і для того, що вона встигає бути доглянута, симпатична і..., ну, сподобалась мені»* – учасниця С., ФГД – Ж1). Ця ознака, на думку учасниць, є нетиповою для жінки, яка має повну зайнятість у веденні домогосподарства, тому це

¹ Умовні позначення фокус-груп: ФГД – Ж1 (учасниці молодшої вікової групи); ФГД – Ж2 (учасниці середньої вікової групи); ФГД – Ж3 (учасниці старшої вікової групи); ФГД – Ч1 (учасники молодшої вікової групи); ФГД – Ч2 (учасники середньої вікової групи); ФГД – Ч3 (учасники старшої вікової групи).

може бути свідченням того, що репрезентована у рекламі жінка має також роботу поза домом:

Учасниця О. (ФГД – Ж1): *«Наскільки я зрозуміла, вона також має роботу, працювала, займалася, тобто вона поєднувала в собі три основні обов'язки жінки: працювати, тобто досягти успіху, бути коханою і люблячою дружиною і ... хорошою хазяйкою. Ну, в принципі непогано».*

Модератор: *«Це ідеальна жінка, на Вашу думку?»*

Учасниця О.: *«Ну, напевно в принципі така би мала бути жінка, подобається це комусь чи ні, тобто має поєднувати в собі все».*

Інша учасниця також зазначає: *«Це вже, як то кажуть, жінка, яка відбулась у своєму житті ... тобто вона вже досягла ..., в неї є чоловік, робота і т. д., вона ще тут встигає багато чого окрім того»* (учасниця Л., ФГД – Ж1). В цих висловлюваннях можна спостерігати визначення ознак нормативної фемінності (*«має поєднувати в собі»*) – професійної самореалізації, шлюбу та кохання, а також обов'язків із ведення домогосподарства. Тобто у конструюванні фемінності молодими учасницями фокус-групи можна простежити накладення трьох жіночих ідентичностей, одна з яких (жінка, яка працює) відповідає альтернативному гендерному дискурсу, а дві інші (дружина та домогосподарка) – патріархатному. Тут також можемо спостерігати, що такі висловлювання містять у собі певні застереження стосовно можливого несхвалення такої моделі жіночої ідентичності з боку інших. Тобто йдеться певною мірою про висловлювання, які, на думку учасниць, можуть суперечити загальноприйнятим уявленням про фемінність у патріархатному дискурсі.

Тема охайного зовнішнього вигляду домогосподарки знаходить своє вираження у висловлюваннях учасниць середньої вікової групи, де вона також оцінюється досить позитивно. *«Це є жінка-господиня. Вона – акуратна, не є там в халаті якомусь такому засмалцьованому, а все-таки, навіть хоть вона вдома там займається пранням, але вона гарна і акуратна»* (учасниця В., ФГД – Ж2). Загалом учасниці цієї групи виявилися найбільш позитивно налаштованими на такий образ фемінності, що може бути частково наслідком порівняння бачення себе у такій ролі в цей момент: *«...Найбільш актуальніше, що для мене особисто, то так я би сказала, все таки реклама порошку»* (учасниця О., ФГД – Ж2); *«Коли я вдома, то більш схожа на жінку з “Persil”»* (учасниця К., ФГД – Ж2). Одна з учасниць визначила таку модель домогосподині як образ, вартий наслідування: *«...на “Persil” хотілося бути схожою, щоб завжди бути чистою і акуратною»* (учасниця С., ФГД – Ж2).

Важливим моментом у сприйнятті й оцінці рекламних героїв відіграє вік учасників фокус-групи. Так, зокрема, можемо спостерігати більшу прихильність до рекламних героїв, які належать до приблизно одної вікової групи з учасниками. Це чітко проявилось під час обговорення реклами прального порошку «*Persil*», де головна героїня – жінка віком 40–50 років. Учасниці старшої вікової групи, подібно до учасниць середнього віку, зазначали свою схожість із цією героїнею: *«Я згідна, що “Persil” вона таки до нас найбільш подібна, такі ми є, ми за все хвилюємося, за кожен пляму, може навіть трагедію зробим, слава Богу, що порошок є»* (учасниця М., ФГД – ЖЗ). Утім, на відміну від учасниць середньої групи, вони були більш критичні і до самої реклами (*«Ну, она не плохая, но просто уже надоела»* – учасниця Л., ФГД – ЖЗ), і до того, як у ній зображена жінка, а саме до її надмірної стурбованості чистотою (*«ну, немножко чересчур она озабочена (сміється), я думаю это пятно не стоит таких переживаний (...), тем более при наличии такого порошка, который она рекламирует. Ну, она чересчур уж озабочена (сміється)»* – учасниця Л., ФГД – ЖЗ). Більша критичність старшої групи учасниць може бути також помічена тоді, коли йдеться про реакції чоловіка домогосподині на виконану нею роботу:

Учасниця Л. (ФГД – ЖЗ): *«Ну, он молодец, поцеловал ее. Понимаете, не каждый мужчина это делает до тех добрых дел, которые ему оказаны...»*

Модератор: *«Ви маєте на увазі, що не всі чоловіки...»*

Учасниця Л.: *«Ну, не всегда же мужчина благодарит женщину таким образом за то, что она о нем позаботилась, а он-так поцеловал... (сміється)»*.

Вони позитивно сприймають те, що виконання хатньої роботи жінкою і власне допомога у підтриманні охайного зовнішнього вигляду чоловіка не сприймається самим чоловіком однозначно як природний обов'язок жінки, а власне як робота, за яку він їй вдячний.

Загалом, порівнюючи реакції трьох жіночих груп на репрезентацію традиційного образу фемінності у вигляді моделі домогосподині, можна зазначити існування найвищого рівня критичності щодо зведення жіночої сутності до приватної сфери серед наймолодших учасниць. Незважаючи на те, що виконання домашніх обов'язків молодші учасниці сприймають як атрибут нормативної жіночої ідентичності, вони достатньо критично ставляться до однозначного зведення фемінності лише до ролі домогосподарки. *«Ну, в принципі мені здається, що реклама “Persil” не те що принизлива для жінки, але чомусь дуже часто, переважно рекла-*

ми порошоків...прирівнює жінку до домогосподарки, так. І чомусь переважно жінка так бореться з тими плямами. Вот, вона така дуже, чисто жіноча робота, її прання. І мені не дуже подобається...Тут можна було, наприклад, так як в рекламі, не пам'ятаю там якийсь, що чоловік там: "Я виправ це сам."...От-то досить цікава реклама, це щось новеньке таке» (учасниця О., ФГД – Ж1). Учасниці виказали позитивне ставлення до чоловіка, який також займається домашнім господарством. Однак якщо звернутися до того, як учасниці оцінюють інверсію традиційних гендерних ролей у приватній сфері, то можемо помітити, що їхнє ставлення до цього більше відповідатиме патріархатному гендерному дискурсу.

Учасниця С. (ФГД – Ж1): *«А що тут хорошого, що жінка тільки має сидіти на кухні і...стірати, а чоловік має заробляти гроші – це стереотипна ідея...зображена в тій рекламі ...»*

Модератор: *«Вам це не подобається?»*

Учасниця С.: *«Це в принципі нікому не подобається, але коли чоловік сяде прати, а жінку відправити заробляти гроші, то тоді всі... захочуть повернутися. Все так як було раніше».*

Можемо спостерігати, що, незважаючи на загальну прихильність до більшого залучення чоловіків до виконання домашніх обов'язків і відповідно полегшення жіночої праці вдома, ідея про те, що чоловік може перестати бути основним годувальником сім'ї (і ця функція відповідно перейде до жінки) не дістає схвалення. Можна припустити, що така позиція учасниць пояснюється двома основними причинами. По-перше, такого кшталту роль чоловіка означає руйнацію уявлення про нормативно схвалені уявлення щодо традиційної маскулінності, а отже, передбачає збільшення ризику втрати чоловіком (а також його найближчим оточенням) свого соціального статусу, його засудження та стигматизації внаслідок демонстрації поведінки, яка не відповідає загальноприйнятим канонам. По-друге, це, можливо, пов'язане з небажанням, неготовністю і, напевно, найголовніше, важкістю (обмеженістю можливостей публічної самореалізації жінок) брати на себе обов'язки головного сімейного годувальника, що також накладається на тиск потенційного соціального несхвалення такої жіночої ролі у зв'язку з її суперечливістю стосовно нормативних взірців фемінності.

Основні висновки дослідження

Здійснене дослідження практик декодування гендерних повідомлень реклами виявило наявність суттєво відмінних та у більшості випадків

протилежних за змістом інтерпретацій моделей нормативної фемінності/маскулінності. Зокрема було виявлено загальне переважання схвалення патріархатних гендерних взірців або їх елементів. Водночас простежене дещо більше схвалення елементів альтернативних гендерних дискурсів (зокрема, значимість реалізації жінки в публічній сфері) серед учасниць ФГД. Таким чином умовно визначено цей спосіб декодування патріархатного дискурсу реклами як узгоджений. Серед відповідей чоловіків, як і припускалося в гіпотезах, переважав домінуючий спосіб декодування патріархатного гендерного дискурсу. Це, зокрема, виявило себе в артикулюванні чоловіками власного схвалення традиційного гендерного порядку та засудженні відхилень від нього. Незначне послаблення такої позиції спостерігаємо лише серед молодших чоловіків. Наша інтерпретація таких способів декодування гендерних дискурсів реклами значною мірою пов'язується зі зміною статусних позицій чоловіків і жінок внаслідок переартикуляції гендерного порядку. У зв'язку з тим, що це передбачає зростання активності, незалежності й загалом влади жінок, а також, відповідно, певною мірою втрату цієї влади чоловіками, то цілком природною виглядає більша прихильність жінок до альтернативного гендерного порядку.

Молодший вік учасників виявився у більшій толерантності до альтернативних гендерних моделей серед учасників та учасниць, проте віковий чинник виявився не настільки сильним, як фактор статі. Йдеться, зокрема, про те, що більшу схожість позицій демонструють представники однієї статі та різного віку, аніж представники однакових вікових груп та відмінної статі.

Одним із наслідків спостережень цього дослідження стало виявлення зростання прихильності до рекламних моделей у випадку належності героїв та учасників до однієї гендерно-вікової групи, а також у разі демонстрування рекламними героями консьюмеристських практик, які схвалюють та/або здійснюють самі учасники. Таким чином, простежено, що важливим критерієм позитивного сприйняття реклами є схожість стилю життя рекламних моделей і стилю життя глядачів, що символічно наближає їх до гендерних ідеалів, які просуває реклама.

Аналіз текстів фокус-групових дискусій уможливив не лише виявлення домінуючого способу декодування гендерних дискурсів реклами різними гендерно-віковими групами, але й здійснення глибинного аналізу таких інтерпретацій. З одного боку, це дало можливість розмежувати ідентифікаційні практики учасників стосовно власної гендерної ідентичності у певний момент і артикулювання гендерних ідентичностей,

яких вони воліють набути. З іншого боку, отримано можливість визначити позиціонування реальної та ідеальної гендерної ідентичності учасників щодо критеріїв фемінності та маскулінності, що артикулювалися в дискусіях і письмових відповідях респондентів. Розроблені на цій основі моделі виміру визначальних параметрів реальної та ідеальної фемінності/маскулінності уможливили репрезентацію істотно відмінних практик конструювання гендерних ідентичностей, що їх поділяють учасники та учасниці різних вікових груп.



Література

1. *Адорно Т.* Исследование авторитарной личности. – М.: Серебряные нити, 2001.
2. *Белановский С. А.* Метод фокус-групп. – М.: Магистр, 1996.
3. *Бурейчак Т. С.* Конструювання гендерних ідентичностей в дискурсах реклами : Автореф. дис. ... канд. соц. наук // www.nbuv.gov.ua/ard/2007/07btsidr.zip.
4. *Маркузе Г.* Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества. – М.: REFL-book, 1994.
5. *Мертон Р., Фиске М., Кендалл П.* Фокусированное интервью. – М.: Ин-т молодежи, 1991.
6. *Ang I.* Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination. – London: Methuen, 1989.
7. *Gee J. P.* An Introduction to Discourse Analysis. – London: Routledge, 2005.
8. *Hall S.* Encoding / Decoding // Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79. – London: Hutchinson, 1980. – P. 128–138.
9. *Hansen A., Cottle S., Negrine R., Newbold C.* Mass Communication Research Methods. – New York: Palgrave, 1998.
10. *Hermes J.* Reading Women's Magazines: an Analysis of Everyday Media Use. – Cambridge: Polity, 1995.
11. *Hobson D.* Crossroads. The Drama of a Soap Opera. – London: Methuen, 1982.
12. *Jill R.* Gender and Media. – Cambridge: Polity Press, 2007.
13. *Katz E., Lasarsfeld P.* Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication. – Glencoe: The Free Press, 1960.
14. *Lindlof T. R., Taylor B. C.* Qualitative Communication Research Methods. – London: Sage, 1995.

15. *Lindof T. R., Shatzer M. J., Wilkinson D.* Accomodation of Video and Television in the American Family // Lull J. (ed.). *World Families Watch Television*. – London: Sage, 1988. – P. 158–192.
16. *Lull J.* *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. – London: Routledge, 1990.
17. *Merton R.* *Mass Persuasion*. – New York: Harper Brothers, 1946
18. *Morley D.* *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. – London: Comedia, 1986.
19. *Parker I.* *Critical Textwork. An Introduction to Varieties of Discourse and Analysis*. – Buckingham: Open University Press, 1999.
20. *Radway J.* *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Literature*. – London, New York: Verso, 1984.
21. *Silverstone R.* From Audiences to Consumers: The Household and the Consumption of Communication and Information Technologies // *European Journal on Communication*. – 1991. – № 6 (2). – P. 135–154.
22. *Trowler P.* *Communication and the Media* // Haralambos M., Holborn M. (eds.). *Sociology: Themes and Perspectives* – London: Collins, 2000. – P. 934–963

Словник термінів

Аудиторія (медіа-аудиторія) – група осіб, яка має досвід сприйняття повідомлень мас-медіа та на яку вони спрямовані.

Глибинне інтерв'ю – метод якісного дослідження, який реалізується у вигляді цілеспрямованого спілкування дослідника з респондентом і використовується в дослідженнях аудиторії з метою виявлення досвіду взаємодії респондентів із мас-медіа та їхні інтерпретації медіа-текстів.

Дослідження аудиторії – напрям у соціології масових комунікацій, який має на меті вивчення та аналіз впливу/взаємодії мас-медіа та аудиторії.

Модель кодування/декодування – підхід до дослідження аудиторії, який передбачає, що медіа-продукти можуть передбачати різні способи їх інтерпретації та розшифрування (декодування): з точки зору панівної ідеології, альтернативного набору цінностей, який їй протистоїть, чи в компромісний спосіб.

Модель «гіпотермічна голка» – підхід до дослідження аудиторії, який акцентує на безпосередньому впливі мас-медіа на аудиторію, що може бути порівняно з ефектом наркотизації.

Фокус-група – метод якісного дослідження, який полягає у виокремленні цільових груп, учасники яких мають спільний соціальний досвід, стимулюванні дискусії в межах цих груп щодо обраної теми та порівнянні отриманих результатів. У дослідженнях аудиторії цей метод уможливив

лює вивчення інтерпретації повідомлень мас-медіа та взаємодії з мас-медіа представників різних соціальних груп.

Контрольні запитання

1. Які основні сучасні підходи до дослідження аудиторії можна вирізнити?
2. Що означає «текстуальний детермінізм» в оцінці сприйняття аудиторією медіа-повідомлень?
3. В чому полягає суть інтерпретативного підходу в дослідженні аудиторії?
4. Як зміна теоретичної перспективи оцінки впливу мас-медіа на аудиторію наприкінці ХХ століття позначається на методології та методиці відповідних досліджень?
5. В чому полягає специфіка застосування якісних методів до дослідження аудиторії? Якими є їхні потенціал та обмеження?
6. Які якісні методи можуть бути використані для дослідження аудиторії? Наведіть приклади конкретних дослідницьких запитань і того, як вони можуть бути розкриті за допомоги певного методу.

Теми рефератів

1. Ролі та позиції аудиторій в контексті сучасних підходів медіа-досліджень.
2. «Мильні опери» та соціологічні інтерпретації їхньої популярності.
3. Гендерні особливості у використанні медіа-технологій: способи їх дослідження та пояснення.
4. Включене спостереження як метод дослідження аудиторії.

Лекція 13

ЗОНДУВАЛЬНІ ТА ПРОЕКТИВНІ ТЕХНІКИ У МАРКЕТИНГУ

Якісні дослідницькі підходи широко застосовують не лише в соціальних науках: етнології, соціології, соціальній психології, а й в маркетингу. У цій лекції ми з'ясуємо головні відмінності між академічними та комерційними якісними дослідженнями, визначимо, які завдання розв'язують такі дослідження в маркетингу, а також розглянемо основні техніки, застосовувані в якісних інтерв'ю під час досліджень ринку.

Маркетинг передбачає безліч найрізноманітніших видів діяльності: розроблення товару, організацію його поширення, встановлення цін, розроблення та реалізацію рекламної стратегії (Котлер, 1990). Однак фактично всі маркетингові практики зорієнтовані на максимально повне задоволення потреб споживачів. Тоді як цілі маркетингових досліджень переважно сконцентровано на ідентифікації цих потреб, на підставі якої й розробляють різноманітні маркетингові стратегії.

Очевидно, що якісні дослідження є не єдиним і, мабуть, не найважливішим джерелом інформації, що підтримує маркетингові рішення. Проте іноді лише за допомоги фокус-груп чи глибинних інтерв'ю можна отримати необхідні відповіді. Назагал якісні дослідження в маркетингу зорієнтовані на розв'язання двох типів завдань.

1. По-перше, на отримання різноманітної інформації про реальних і потенційних споживачів товару чи послуги. Ідеться про вивчення їхнього ставлення до товарної категорії, характеру і звичок споживання, з'ясування конкурентних переваг і вад різних марок, про глибинне розуміння мотивів споживчого вибору та очікувань від досліджуваної категорії продуктів:

- Що «означає» товар для споживача? Цінність продукту виходить далеко за межі його основної функції. Споживчий вибір зумовлений тим, наскільки імідж товару (маркетологи навіть кажуть про

«індивідуальності марки») задовольняє глибинні потреби людини: добуває її ідентичність, інтегрує в певну соціальну спільноту, породжує прихильність або інші почуття, наприклад ностальгію.

- Як формується і/або змінюється ставлення споживача до товару?
- На підставі якої інформації споживач формує імідж товару, робить висновок щодо переважання однієї марки над іншою?
- Чим визначається те, чи буде споживач задоволений товаром і чи купить він його знову?

Тут інтерес маркетологів спрямований не так на ринкову поведінку споживачів, як на те, що його визначає: особистісні цінності, стиль і спосіб життя тощо. За результатами таких досліджень маркетологи розробляють концепцію нового продукту, визначають його ринкову нішу й стратегію просування.

2. Другий тип маркетингових завдань пов'язаний із тестуванням. Тестують атрибути самого продукту (смак, упаковка, етикетка), різноманітні версії рекламних матеріалів, що їх планують використовувати в перебігу кампанії (сценарії відеороликів, варіанти зовнішньої реклами, слогани тощо), оцінюють привабливість для споживачів різних варіантів маркетингових акцій. У рамках таких проектів, як правило, здійснюють попереднє тестування (pretest), за підсумками якого приймають рішення стосовно того, який саме варіант упаковки, етикетки, реклами чи маркетингової акції буде реалізований. Безумовно, глибинне розуміння того, як сприймається аудиторією, наприклад, потенційний рекламний макет – які емоції породжує, наскільки зрозумілим є повідомлення і якою мірою воно стимулює інтерес до продукту – суттєво підвищує ефективність маркетингових заходів.

Звісно, в рамках одного дослідницького проекту можна вирішувати обидва типи завдань.

Відмінності між академічними та комерційними якісними дослідженнями

І маркетингове, і академічне якісне дослідження проводять з метою вивчення індивідуального аспекту соціальної практики – реального досвіду життя конкретних людей у конкретних обставинах. Акцент робиться на осягненні суб'єктивних смислів агентів, їхнього світовідчуження, особистісної інтерпретації різноманітних аспектів реальності. І маркетолога, і вченого цікавить *якість ставлення* (Семенова, 1998), або,

іншими словами, суб'єктивна цінність, значущість саме цього предмета чи ситуації для індивіда.

Незважаючи на очевидну близькість академічних і комерційних досліджень, між ними існують значні відмінності. Якісні дослідження у маркетингу мають такі специфічні риси:

1. Проблемне поле дослідження і його завдання дослідникові визначає *замовник*. Замовник звертається до дослідника, щоби зменшити ризик від ухвалення рішення за умов високої невизначеності.

2. Дослідницькі цілі комерційних проєктів є суто *прагматичними*. Замовник, як правило, абсолютно нечутливий до методологічних аспектів дослідження: якості інструменту, дизайну вибірки тощо. Йому важливо, щоб результати містили конкретні рекомендації й сприяли мінімізації ризиків під час прийняття маркетингових рішень.

3. Будь-яке маркетингове дослідження завжди жорстко обмежене у засобах і лімітоване в часі. У зв'язку з цим метою досліджень є отримання не максимально достовірного результату, а результату, що вважається максимально достовірним за заданого обсягу засобів. Робота за умов обмеженого бюджету і часу важка, але така специфіка справляє на дослідника вельми корисний дисциплінарний вплив (*Белановський, 2001а*).

4. Чітка прагматична спрямованість маркетингового дослідження обмежує його вивченням соціальних практик, пов'язаних зі споживчим вибором, і водночас виключає зі сфери інтересу дослідника ширший соціокультурний контекст. У цьому сенсі комерційні проєкти далекі від класичних академічних досліджень, таких як, приміром, етнографічні, метою яких є всебічний аналіз щоденної колективної практики конкретної спільноти.

5. Неабияка частка первинних даних маркетингових досліджень залишається незатребуваною, оскільки отримані результати завжди глибші й багатші, ніж цього потребують цілі проєкту. Аналітик фільтрує зібраний матеріал, щоби сконцентруватися на найважливішій для розв'язання завдань клієнта інформації. У певному сенсі маркетингові дослідження більш поверхові й залишають поза полем зору багатий матеріал стосовно різноманітних аспектів практик агентів.

6. Така чітка сфокусованість на розв'язанні конкретних завдань має й інший бік. Стислі терміни й бюджет дослідження стимулювали дослідників до розроблення унікальних технік оперативного отримання достовірної інформації. Можна говорити, що академічні якісні дослідження успадковують інструменти, розроблені для комерційних проєктів, зокрема найефективніші проєктивні техніки.

7. В академічних дослідженнях використовують весь арсенал якісних методик, причому фокус-групи зовсім не домінують. У маркетингових проєктах фокус-групові дослідження, мабуть, найпопулярніші. Використовують тут й індивідуальні глибинні інтерв'ю. Інші якісні методи в комерційних дослідженнях практично не застосовують (Белановський, 2002б).

Техніки якісних досліджень

Упродовж останніх 30 років у світі й понад 15 років в Україні було розроблено чимало ефективних технік модерування. Особливість прийомів, що допомагають отримати корисну інформацію, полягає в такому:

1. Вони постійно розвиваються й модифікуються під впливом невпинного ускладнення маркетингових завдань.
2. Чимало технік являють собою комбінацію низки запитань, що передбачають комплексний аналіз. Такі техніки, з'явившись на ринку, стають «народними» ще до того, як будуть опубліковані. Наприклад, доволі популярна методика «Ядро бренду» («Цибулина бренду» чи «ДНК бренду»).
3. Не існує єдиної усталеної термінології, так само як не існує універсальної, вичерпної класифікації технік, використовуваних в якісних маркетингових дослідженнях. Усі вони мають власну логіку, але, на жаль, жоден спосіб систематизації не можна назвати універсальним.

Серед найпридатніших для більшості модераторів-практиків вирізняють дві категорії: **проективні** (projective techniques) і **зондувальні** (probing techniques) (Мельникова, 2003). І проективні, і зондувальні техніки стимулюють учасників до більш відкритих висловлювань і виявлення своїх почуттів з приводу предмета обговорення порівняно зі звичайним опитувальником або традиційними методиками модерування.

Проективні методи спрямовані на несвідомі шари психіки, котрі багато в чому визначають своєрідність ставлення людини до різноманітних аспектів соціального середовища. У таких техніках стимули (запитання або завдання) мають невизначений смисл і респондент змушений самотужки інтерпретувати їх, тобто проєктувати на них не завжди усвідомлювані думки, оцінки та ставлення.

Зондувальні техніки відрізняються від проективних тим, що вони менш абстрактні, простіші у використанні й у подальшій інтерпретації. До них зазвичай відносять «лідеринг», «упорядкування карт сприйнят-

тя» – «мепінг», групування і ранжування, шкалування за заданою чи самостійно обраною шкалою тощо.

Прийоми активізації уваги

Ми почнемо розгляд методик модерування з проміжного варіанта між прямими запитаннями і зондувальними техніками. Наведені далі прийоми фахівці оцінюють по-різному під кутом зору їхнього потенціалу, ефективності й позиції у класифікаційній системі дослідницьких технік.

Не всі учасники фокус-групи почуваються комфортно, коли від них вимагають негайної вербальної відповіді на поставлене запитання. І не на всі запитання можна дати таку відповідь. У багатьох випадках відповіді будуть неповними й малоінформативними через складність чи соціальну значимість теми. Прийоми активізації уваги краще за прямі запитання розкривають респондентів і сприяють уникненню стереотипних формулювань. За їх допомоги важче здійснити глибоке зондування. Проте вони вможливають кращу залученість респондентів до процесу обговорення й отримання щиріших відповідей.

1. Перелічення (складання списку)

Мабуть, це найпростіша і найпоширеніша техніка. Модератор може запропонувати учасникам висловлювати ідеї з того чи того питання і одночасно із роботою групи записує їх на дошці або фліп-чарті (flip chart). Інший спосіб – дати учасникам кілька хвилин, щоби вони самостійно перелічили власні думки на наданому кожному з них індивідуальному бланку. Після цього учасники вголос зачитують списки, а результати зводять в єдину таблицю й обговорюють. Приклад: *«Пригадайте випадки, коли вам доводилося наражатися на поганий сервіс. Що саме робить обслуговування жахливим? Напишіть свої відповіді на аркуші паперу. За хвилину ми разом обговоримо їх».*

2. Аналіз протилежного

Техніка, що її можна назвати аналізом протилежного, ґрунтується на вивченні сприйняття продукту через аналіз сприйняття його протилежності. Можна говорити про три способи дослідження протилежного.

Перший – досліджувати **невикористовування** чи **нероблення**. Запитання можна сформулювати так: *«Якою може бути людина, яка жодного разу не здійснювала через Інтернет?»*, *«Як би це виглядало, якби Ви більше не могли користуватися мікрохвильовою піччю?»*.

Другий – подати версію наявного товару, *що не має суттєвих характеристик*, наприклад, як «нежирний» чи «безалкогольний».

Третій – досліджувати сприйняття *протилежних типів продуктів*, ситуацій, станів, споживачів. Пояснення респондентом тих якостей, котрі він подає як протилежні, дає змогу істотно наблизитися до розуміння найважливіших характеристик ключового продукту. Скажімо, протилежністю жіночому глянтовому часопису може бути газета, *«позаяк це чоловіче читиво, без картинок»* або це може бути Велика радянська енциклопедія, бо *«її не підняти і там лише правда»*. Те, як респондент визначає протилежності, є шуканим ключем до реального значення й суті товару.

Ще один приклад полягає у вивченні *протилежних понять*. У перебігу обговорень трапляються такі поняття чи категорії, яким респонденти вагаються дати будь-яку значиму характеристику, натомість описують ті характеристики, які їм, навпаки, не властиві, тобто відштовхуються від протилежного.

Наприклад, якщо певній частині респондентів важко скласти портрети успішної та неуспішної людини, тоді можна запропонувати описати той полюс (успішність чи неуспішність), уявлення стосовно якого у респондентів сформовані більшою мірою. При цьому в процесі описання протилежного полюсу вони спираються на вже сформовані критерії. Такий аналіз уможливує виявлення домінантних критеріїв у досліджуваному образі, що різняться поміж респондентів, приміром, матеріальний добробут або відчуття внутрішньої гармонії й задоволеності життям (Мельникова, 2003).

3. Запитання стосовно смислу очевидного

Що означають для респондентів слова «легкий смак»? Що означає фраза: «стиль викладу статті» чи «сумнівна якість»?

Навіть якщо учасники обговорення дійшли консенсусу з приводу того, що продукти конкретного виробника не є «корисними», смисли, що їх респонденти вкладають у цю характеристику, не збагатимуться повною мірою. З досвіду можна стверджувати, що учасники інтерв'ю іноді відчують ускладнення, коли треба уточнити значення поняття «корисність». Цілком доречним тут буде перехід до описаної вище процедури: до аналізу протилежного. *«А як би ви описали некорисний продукт? Що його визначає?»*. Семантика варіюватиме від *«його можна зберігати вічність»* і *«гадаю, ГМО в ньому точно є»* до *«його з їдаси і одразу знову їсти хочеться»*.

4. «Людина з Місяця»

Ця методика дає змогу виявити найзначущіші для споживачів характеристики продукту. Запитання можна сформулювати так: *«Я з Місяця. Я ніколи не чув(а) про продукти X. Опишіть їх мені. Чому мені слід скуштувати один із них? Переконайте мене».*

5. Виявлення суперечностей

Запитання, що виявляють суперечності в репліках респондентів, сприяють більшій залученості їх до дискусії й генеруванню точніших визначень свого ставлення до досліджуваного феномена. *«Зачекайте хвилинку, ви щойно сказали мені, що хотіли б, аби продукт був менши гострим, а тепер кажете, що це добре. Поясніть, будь ласка, свою позицію».*

6. Рольова гра

«Зараз Ви креативний директор рекламної агенції і Вам необхідно створити рекламний ролик для марки X. Якою може бути ця реклама? Яким може бути сюжет ролика? Хто б був його героями? Про що саме Ви першою чергою повідомите споживачів?» «Якби ви були мером міста, що б ви зробили першою чергою?»

Модератори широко використовують прийоми рольової гри. Але справжня майстерність полягає не в знанні цих прийомів, а в розумінні того, коли їх використовувати і як залучити респондентів у таку гру, а потім домогтися, щоб вони самостійно осмислили й пояснили те, що сказали модераторові.

7. Проєктивні запитання

Проєктивні запитання дають змогу респондентам бути вільнішими у своїх висловленнях, не спричиняючись до дискомфорту чи ускладнень в разі передання власних почуттів, які не завжди є бажання афішувати.

«Як ви вважаєте, про що турбується людина, яка відкриває депозитний рахунок у банку?»

«Чоловіки, з якими ми обговорювали цей ролик учора, рознесли його сюжет у пух і прах. Як ви гадаєте, чому?»

«У попередній групі люди, з якими я говорила, вважають, що ця упаковка абсолютно не підходить продукту X. Чому вони так вважають?»

Відповіді на такі запитання зазвичай відображають власні думки респондентів. Наприклад, відповідь на запитання про людину, яка

відкриває депозит, увиразнить власні страхи та побоювання респондентів.

Такі запитання корисні з двох причин: по-перше, вони наводять на думки, про які респонденти, мабуть, і не думали, даючи модераторові змогу виявити істинні причини занепокоєння. По-друге, вони підстраховують респондентів, бо дають їм змогу не конфузитися, висловлюючи думки «інших людей», котрі, як вони вважають, є ексцентричними або нетиповими. Проективні запитання розкривають глибокі емоційні шари, зберігаючи відчуття безпеки респондентів у перебігу опитування.

8. Вибір з-поміж альтернативних варіантів

Ця техніка вельми популярна в разі застосування фокус-групових і глибинних інтерв'ю. Її застосовують з метою оцінювання різних варіантів дизайнерських рішень реклами, упаковки, слоганів тощо. Учасникам пропонують кілька варіантів – як правило, від трьох до п'яти. Вони мають ретельно розглянути кожен альтернативний варіант, обговорити їхні переваги та вади, оцінити чи проранжувати їх, а потім обрати найкращий або той, що найбільше підходить під даний опис, а також пояснити свій вибір. Іноді, якщо нема можливості продемонструвати учасникам кожен альтернативний варіант, їм пропонують фотографії чи стислі описи цих варіантів (так звані концепти).

При цьому слід дотримуватися такої умови. У кожній наступній групі (або індивідуальному інтерв'ю) необхідно змінювати порядок подання концепцій, щоби вплив порядку обговорення їх не вплинув на підсумковий результат. Важливо, щоби кожна концепція була принаймні одного разу представлена першою. Це необхідне тому, що поки ідея є новою для учасників, вона викликає з їхнього боку свіжий погляд і свіжу реакцію. Всі подальші концепти вже будуть «забруднені» уявленнями про попередні, незалежно від зусиль, спрямованих на те, щоби подати кожен із них як цілком відмінну від решти (*Белановский, 2001а*).

Обговорення кожної концепти відбувається за однаковим сценарієм. Наприклад, загальна емоційна оцінка, оригінальність, відповідність категорії продукту, відповідність бренду, зрозумілість повідомлення, переваги та вади кожної концепти тощо.

На завершальному етапі обговорення респондентам демонструють усі концепти одночасно і пропонують так само обґрунтовано вибрати лідера за кожним із обговорюваних критеріїв, та абсолютного лідера – найудаліший концепт з урахуванням усіх характеристик. У рамках цієї техніки можна попросити респондентів оцінити кожен концепт за обраними критеріями до групового обговорення. Для цього перш ніж обго-

ворювати кожен зразок, респонденти заповнюють бланки оцінок. Після обговорення заповнені учасниками бланки збирають, вони слугують матеріалом для аналізу поряд зі стенограмами інтерв'ю. Така процедура дає змогу виявити первинну реакцію споживачів на тестований об'єкт і потім порівняти її з результатами групової дискусії.

Зондувальні методи

1. Ледеринг (*laddering*)

Ледеринг – один із найвідоміших методів, який, на думку багатьох авторів, переважно використовують у разі проведення глибинних інтерв'ю. Ця методика являє собою лінію запитань, що ведуть від характеристик товару до характеристик самого споживача. Часто це називається «проникненням у смислову мережу споживача» і означає, що від атрибутів продукту (жирність, колір, рідка чи тверда форма тощо) ми просуваємося до висвітлення переваг цих характеристик для споживача, а потім – до глибинних цінностей респондента. Вибори споживача мають наслідки, що являють собою фізичний або психологічний результат і є еквівалентом поняття «вигода». Наслідки можуть бути *фізіологічними* (втамування голоду), *психологічними* (привабливість, наприклад, зовнішнього вигляду) або *соціальними* (підвищення статусу, членство в групі). Споживачі прагнуть викликати бажані наслідки й мінімізувати небажані.

Перше запитання стосується причини преферентності продуктів із конкретними атрибутами «*Чому Ви віддасте перевагу не міцним алкогольним напоям/знежиреному йогурту/гомеопатичним лікарським препаратам?*» А в перебігу подальшого розпитування у формі «*Навіщо?...*» або «*Чому це важливо для Вас?...*» фігурують категорії, названі респондентом у попередньому запитанні. Ланцюг завершується із виявленням граничного смислу, після якого респондент уже не може відповісти на запитання «*Навіщо?...*». Зрештою будується дерево смислових категорій, на вершині (або радше в основі) якого перебувають глибинні цінності.

На рис. 1 подано схему «драбини», розробленої за результатами глибинних інтерв'ю, що проводилися з метою виявлення ставлення до медичних препаратів. Розглянуто мотиви вибору препаратів у рідкій формі.

Отриману інформацію використовують переважно для розширення перспектив розвитку, оскільки замовникові стають відомі ключові особистісні причини, що спонукають споживача купувати продукт. Подаль-

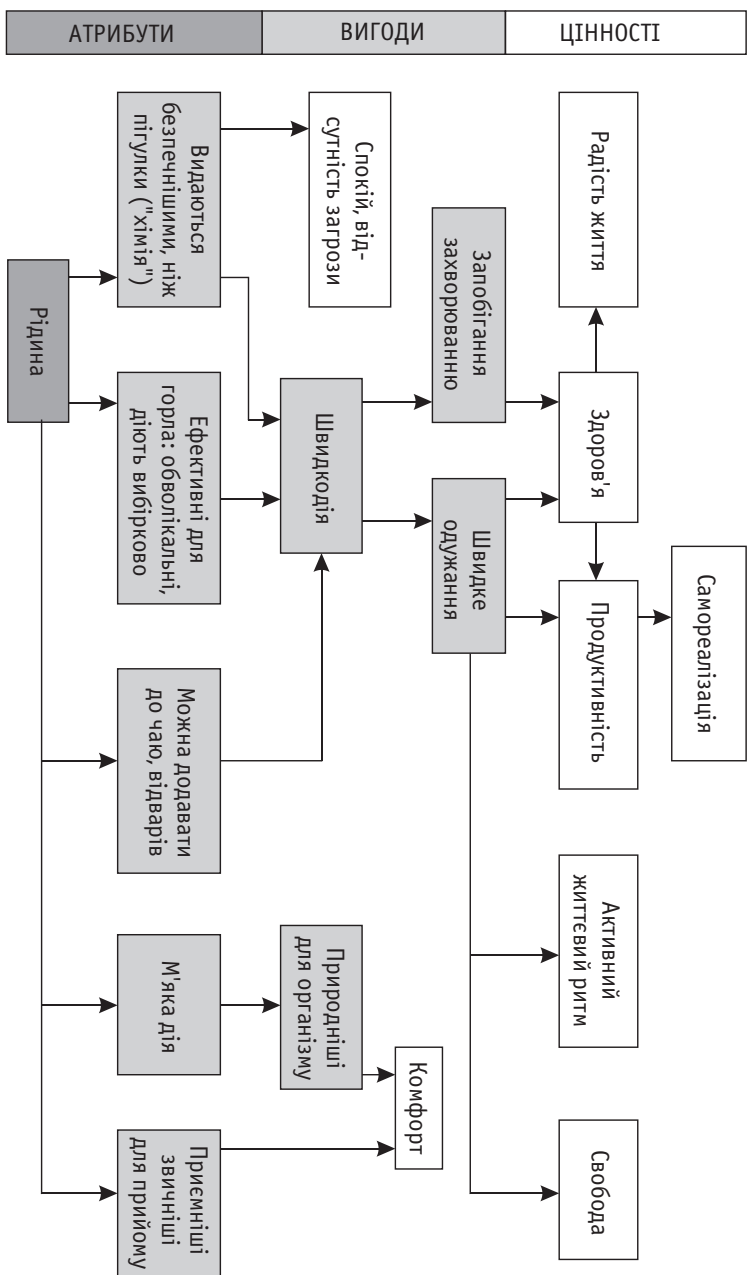


Рис. 1. Схема щодо виявлення ставлення респондентів до медичних препаратів у формі рідини

ша рекламна кампанія, промоушн-акції та заходи програми зі зв'язків із громадськістю, найімовірніше, зосереджуватимуться на підсиленні донесення до споживача послання: «Купуй продукт, і ти почуватимешся ліпше!»).

Багато авторів вважають, що ця методика доцільніша для індивідуального інтерв'ю, ніж для фокус-груп. Застосування ледерингу під час проведення фокус-групи не завжди адекватне у плані самої методики та методології фокус-групового інтерв'ю. Техніка «драбини» потребує чималого часу на кожного учасника. Дуже складно провести вправу з одним учасником навіть за добре продуманою «драбиною» менш як за 10–15 хвилин, а це забагато для опитування одного учасника фокус-групи. При цьому існує небезпека, що думка одного з учасників справлятиме враження більш значущої за думки решти. Крім того, поки модератор працює з одним учасником, інші мусять очікувати. Це нудно і знижує тонус і продуктивність групи, що врешті-решт суперечить принципам фокус-груп.

2. «Бренд мепінг» (*brand mapping*), або побудова карт сприйняття

Найчастіше бренд мепінг застосовується для визначення позиції ключового бренду стосовно конкурентів і з'ясування його переваг і вад. За цією методикою можна також виявити ймовірні ніші для нових брендів. Процедура мепінгу зводиться до такого. Респондентам пропонують «карту» із двовимірною системою координат (у ФГ використовують дошку або фліп-чарт) і просять розташувати марки на «карті». Осі означають певні характеристики, що різною мірою відображають властивості різних брендів. Скажімо, «сучасний – традиційний», «елітарний – масовий». Точка перетину осей позначає нуль, а мірою віддалення від точки перетину виразність характеристики зростає, наприклад, від 0 до 3. Отже, вісь є шкалою, яку використовують для оцінювання товару за певною ознакою (рис. 2).

Найсуттєвішим у разі використання мепінгу є знаходження адекватних критеріїв щодо оцінювання марок, оскільки конче важливо мати уявлення про місце того чи того бренду серед конкурентів саме з точки зору тих критеріїв, які по-справжньому мають значення для споживачів. Використовувані як вісі характеристики задає модератор за підсумками попереднього обговорення в групі.

Ясна річ, процедура мепінгу передбачає не лише позначення відповідних точок на «карті», а й обговорення причин вибору цих точок. Отримана комплексна інформація значно полегшує подальший аналіз результатів.

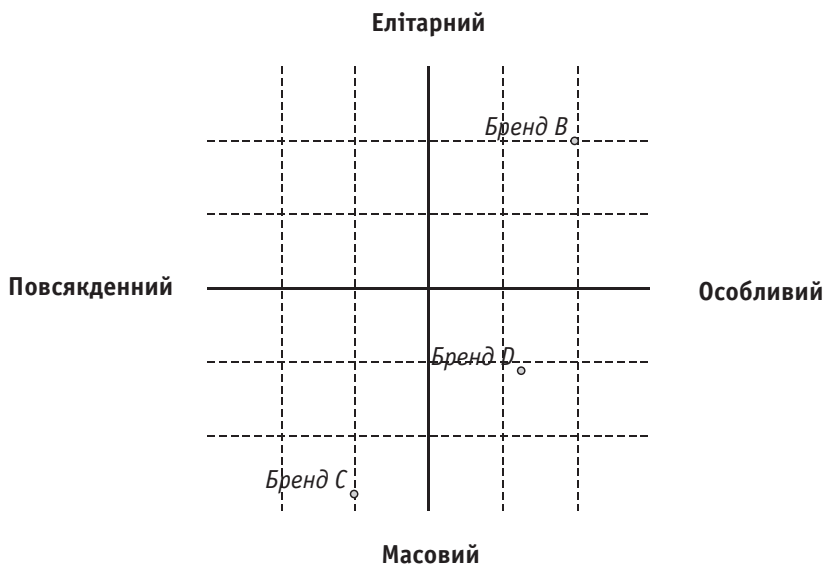


Рис. 2. Простір мепінгу

Результатом застосування мепінгу є виявлення підгруп об'єктів, пов'язаних між собою за заданими ознаками, виявлення на «карті» розташування ключової марки серед інших марок, визначення позиції «ідеального товару» досліджуваного виду з метою визначення міри привабливості представлених зразків.

3. Групування та ранжування (*choice ordering*)

Процедури маніпулювання зі зразками продуктів часто поєднуються із подальшим мепінгом. Зазвичай респондентам пропонують набір зразків продуктів, до якого обов'язково входить досліджуваний бренд і його найближчі конкуренти. Після стислого ознайомлення з набором учасникам пропонують згрупувати або проранжувати запропоновані зразки.

Критерії може задавати модератор, але більш цінну інформацію можна отримати, якщо запропонувати респондентам самостійно назвати критерії сортування чи ранжування. Подальше обговорення або супутній коментар допомагають зрозуміти, за якими значимими для респондентів властивостями товару відбувається розподіл на ці групи.

На жаль, цей метод має низку недоліків. Подібно до мепінгу, процедура потребує прийняття групового рішення, і щоб дійти єдиної думки,

групі іноді потрібно чимало часу. Крім того, далеко не кожен продукт можна викласти на стіл у кількості 12–15 штук. Так можна зробити із шампунями, дезодорантами, шоколадками чи напоями, але не можна – з автомобілями чи копіювальними апаратами. Іноді контекст дослідження дає змогу працювати з фотографіями товару або картками з назвами, однак така заміна може негативно вплинути на результативність.

Метод приваблює своєю простотою та структурованістю і використовується дуже широко як у групових, так і в індивідуальних інтерв'ю. Він не потребує надто високої кваліфікації від модератора і доволі легко піддається аналізу й опрацюванню.

Проєктивні техніки

Мотиви, суб'єктивне ставлення, неусвідомлений досвід, що впливає на сприйняття людиною різноманітних об'єктів, не можна з'ясувати, прямо запитавши про це. Як процес перцепції, так і практично будь-яка діяльність суб'єкта зазнають впливу неусвідомлених компонентів. Щоб визначити особливості несвідомого ставлення до об'єктів сприйняття, використовують проєктивні техніки.

Специфіка проєктивного підходу полягає в тому, що за допомоги цього прийому дослідження респондента поміщають у ситуацію, на яку він реагує залежно від того, яке значення для нього має ця ситуація, які думки й почуття вона викликає. Стимули не є строго однозначними, вони передбачають різноманітну інтерпретацію. Стимул набуває сенсу не внаслідок його об'єктивного змісту, а насамперед у зв'язку з особистісним значенням, що його надає йому учасник експерименту.

Багатоманіття проєктивних методик можна умовно розподілити на два класи: *вербальні* і *невербальні*.

Вербальні працюють зі словесною інформацією, тобто дані являють собою зафіксовані висловлювання респондентів. Своєю чергою, стимулювання висловлювань, процес створення невизначеної ситуації для проєктивної діяльності можуть відбуватися як вербально (завдання для респондентів формулюють вербально), так і невербально (демонстрація картинок чи фотографій, зразків упаковки чи продукту, перегляд рекламного ролика чи «сторі-борду»).

У *невербальних* техніках збирання даних здійснюють у вигляді рисунків, колажів, різноманітних витворів. Оскільки невербальна інформація стосується найглибших несвідомих шарів психіки респондентів, то цей різновид методик уможливує отримання найвірогідніших відомостей про ставлення й почуття до досліджуваних об'єктів.

1. Вербальні асоціації

Асоціація – це зв'язок, що утворюється за певних умов між двома чи більше психічними явищами (відчуттями, уявленнями, ідеями тощо), за якого актуалізація одного із них спричиняється до появи іншого, пов'язаного з ним (Мельникова, 2003).

Розрізняють два види асоціацій: *вільні*, коли у відповідь на запропонований стимул респондент відповідає першим словом, яке спаде йому на думку, причому відповідь нічим *не обмежується*, та *спрямовані*, коли вибір очікуваної реакції обмежується заданими параметрами.

Застосування методу асоціацій у маркетингових дослідженнях зазвичай не ускладнюється зіставленням результатів з асоціативними нормами, необхідним у разі класичного психолінгвістичного експерименту. Для інтерпретації результатів буває цілком достатньо інтуїтивного відчуття модератором стандартності або, навпаки, неадекватності реакцій з боку респондентів.

1. Вільні асоціації

У низці випадків метод асоціацій «працює» ефективніше за найвитонченіші й трудомісткі проєктивні прийоми. Мабуть, причина успішності полягає в асоціативній місткості самого стимулу. Чимало, звісно ж, залежить від креативності й налаштованості групи.

Проте найчастіше результати методу асоціацій забезпечують багату фактуру, якщо рівень майстерності модератора доволі високий. У фокус-групі всупереч узвичаєній думці перші, поверхові асоціації далеко не завжди найцінніші (здебільшого вони вельми банальні), й уміння «розкрутити» групу безпосередньо пов'язане з результативністю.

Уривок зі стенограми:

М. (демонструє упаковку туалетної води): Що Вам спадає на думку?

Р.: Ялинка.

М.: Де? У місті, у лісі, на галявині, на узліссі?

Р.: На узліссі чи в парку.

М.: Коли?

Р.: Взимку, наприкінці зими.

Р.: Або в березні.

Р.: Пополудні, сонце крізь хмари проглядає, такі навскісні промені.

Р.: Ялинка під снігом, а сніг уже такий підталий і знову замерзлий, крижаний.

Р.: Ялинову голку зриваш і на зуб пробуєш, а в неї смак теж гіркувато-крижаний і аромат такий самий (Мельникова, 2003).

У процесі інтерпретації результатів важливо розуміти, які асоціації нав'язані рекламою, що пов'язане з упаковкою, назвою тощо. Асоціації незамінні для з'ясування ставлення респондентів до певної марки, групи товарів, при тестуванні назв і упаковок, у разі роботи з усіма компонентами реклами (текстом, зображенням, персонажами). Цілком очевидно, що навіть неспрямовані асоціації зримо вводять дослідника у «світ» бренду із його символами і предметним тлом, із його «героями» і сенсорними відчуттями. Це може прислужитися добрим підґрунтям для створення яскравого іміджу товару в рекламі, її образного, емоційного й колірнього ритму, співзвучних сприйняттю цільової групи та її ціннісній орієнтації. Іноді сам перелік асоціацій викликає відеоряд із конкретними персонажами. В усьому цьому легко простежується погляд респондента на товар як на засіб соціальної самоідентифікації. Глибше цю ідею розвиває техніка спрямованих асоціацій. Зв'язок досліджуваних марок з іншими соціальними об'єктами видає своєрідну шкалу соціальної градації в очах даної групи респондентів: рівень престижності та соціальної належності марки.

2. Спрямовані асоціації/примусові зв'язки

Методика спрямованих асоціацій (або примусових зв'язків, за термінологією Т. Грінбаума; іноді ще вживають термін «аналогія») – мабуть, найдавніша серед проєктивних технік.

Як правило, при використанні цієї методики учасникам пропонують відповісти на запитання про те, який об'єкт заданої категорії найбільше підходить до предмета обговорення. Найуживанішими серед модераторів категоріями є автомобілі, кольори і тварини, оскільки практично всі споживачі мають власну думку стосовно кожної з них, і ускладнень із вибором не виникає. Наприклад: «З якою твариною у Вас асоціюється цей продукт?»

Методику «спрямованих асоціацій» використовують також у випадках, коли:

1. Учасники вагаються із виявленням свого ставлення до предмета обговорення. Тема обговорення може бути надто приземленою або нецікавою (засоби для миття унітазів, засоби для чищення взуття, банківські анкети тощо), такою, що майже не мотивує респондентів до активної участі в обговоренні.

2. Виникає потреба «розворушити» групу: якщо обговорення стає млявим через втому учасників унаслідок тривалої роботи, введення нового завдання за цією методикою сприятиме внесенню «свіжого струменя» і підвищить і кількість, і якість висловлювань учасників.

Тварини. Тварини – мабуть, найчастіше застосовувана категорія у методиці «примусових зв'язків». Необхідним елементом відпрацювання техніки є коментарі респондентів оскільки може статися, що смисл, вкладений в асоціацію, не збігається із загальновідомим. Далі наведено приклад застосування спрямованих асоціацій із тваринами для з'ясування сприйняття аудиторією молодіжного пива (рис. 3).

Кольори – найлегша, але найбільш «ризикована» категорія у плані отримання змістових, «свіжих» і якісних відповідей. Зазвичай учасники не відчують труднощів із зіставленням певного кольору і товару чи послуги, але завжди є небезпека, що вибір відповідного кольору буде продиктований впливом уже наявної реклами чи упаковки обговорюваного товару, а іноді й особистими колірними перевагами.

Категорія **автомобілів** дуже продуктивна в роботі з чоловіками та молоддю. Такі респонденти, як правило, мають добре уявлення про імідж кожної марки машин і їхніх власників. Якщо категорія кольору знімає емоційні характеристики бренду, то категорія автомобілів – статусні.

Перш ніж обрати категорію (тварини, кольори, автомобілі), модератор має переконатись у відсутності усталених стереотипних асоціацій, які можуть вплинути на думки учасників.

3. Персоніфікація

Менш лінійно, але значно повніше дає уявлення про образ товару техніка персоніфікації. За використання персоніфікації учасникам групи пропонують «вдихнути життя» в неживий предмет. Модератор пропонує кожному скласти невелику розповідь про товар чи послугу із описом того, якою людиною був би цей предмет, якби був живим. Товар потрібно наділити людськими рисами, характером і зовнішніми фізичними якостями, описати його особисті переваги, соціальну позицію. У перебігу дискусії чи інтерв'ю модератор може зробити акцент на певних особистісних характеристиках, наприклад, на особливостях поведінки людини-бренду в конкретній ситуації, наголосити його відносини з близькими, ставлення до кар'єри тощо, залежності від аспекту, в якому необхідно вивчити сприйняття бренду. Безпосередньо в гайді цей блок може виглядати так:



Рис. 3. Застосування спрямованих асоціацій із тваринами з метою з'ясування сприйняття аудиторією молодіжного пива

«Якщо уявити собі, що бренд X перетворився на людину, то що це за людина, як Ви можете цю людину описати? Це чоловік чи жінка? Скільки їй років? Як вона виглядає, у що одягнена? А який у неї характер? Як до неї ставляться люди? Чим ця людина займається, яку професію має? А хобі? Як Ви почуваетесь поряд із цією людиною? Як Ви поруч із нею виглядаєте? Ким ця людина могла б стати у Вашому житті?»

Приклад персоніфікації жіночого глянцевого часопису

«Образ людини-часопису» пов'язаний у читацької аудиторії із недалекою, консервативною жінкою. Вона не відчуває життя, існує в ідеальному, створеному нею світі, забезпечена, трохи кумедна через свою претензійність.

Жінка, яка нічого не хоче змінювати у своєму житті, нездатна до самовдосконалення. *«Примітивний консерватор і, найголовніше, не цікавиться нічим новим...», її влаштовує той рівень або те гніздечко, де вона перебуває». «... таке враження, ніби ти йдеш уперед, а вона десь застрягла у своїх рюшах».*

Жінка, яка не має в житті проблем, вона забезпечена чоловіком або заможними батьками. Домогосподарка із претензією на гламурність, світськість, ідеальність. *«Бла-бла, із подружками попліткувати ... Мені здається, до гламуру вона ще не доросла. Вона вважає, що вона гламурна. А насправді у неї ілюзія в усьому».*

Недалека жінка, яка живе за правилами. *«... це бабуся, в якій вже онуки дорослі ... Вона нагадує їм про якісь там пудинги. Скута така ... боїться зайве сказати, зайве зробити, яскравіше вдягтися, ... домогосподарка. Вишиває вдома».*

Людина-часопис не викликає жодних емоцій, радше навіть навіє нудьгу чи дратує необґрунтованими претензіями. З цим брендом у читачок прохолодні відносини. *«Це просто докучлива подруга».*

Техніку персоніфікації модератори використовують у двох версіях:

1. Учасникам обговорення пропонують подати торгову марку у вигляді людини;
2. Респондентів просять презентувати портрет типового споживача бренду.

Як показує досвід, одночасне використання обох методик («образ продукту» і «образ типового користувача») в одному дослідницькому проєкті веде практично до одного результату: образ самого продукту та

образ його типового користувача дуже часто зливаються у свідомості респондентів у щось єдине, тому доцільно вибирати одну з методик.

Методика дає змогу зняти особливості іміджу продукту чи марки, що сформувалися у свідомості споживачів, а також їхні уявлення про соціальні групи у зв'язку їх із певними товарами.

4. Ідеальний продукт

Одним із продуктивних вербальних методів є «ідеальний продукт». Опис властивостей ідеального продукту може іноді виявитися вельми корисним з точки зору не лише вигаданих характеристик, а й подальших маніпуляцій отриманим образом, наприклад, у методиці «Mapping» чи психологічному рисунку.

Процес формування образу ідеального продукту має бути керованим: респондентам слід задати необхідну структуру образу – вихідну сировину, країну-виробника, упаковку, розмір, колір, аромат тощо.

2. Невербальні асоціації

1. Колаж

Процедура доволі відомої методики колаж полягає в такому: респондентам роздають ілюстровані часописи (10–12 на групу) і просять вибрати ілюстрації, що відповідають уявленням про досліджуваний продукт чи будь-яку задану тему. Потім учасники групи (доцільно об'єднати їх у дві підгрупи й дати контрастні завдання, наприклад: «добре у пранні» – «погане у пранні») втілюють своє бачення теми в колаж, користуючись ножицями і клеєм, розташовують ілюстрації певним чином на аркуші формату А1. У колажі можна використовувати найрізноманітніші матеріали: часописи і газети, флаєри і брошури, теки з картинками і зразками реклами. Учасникам дозволяють доповнювати колаж власними словами і рисунками, використовувати заголовки з часописів і газет. По завершенні роботи підгрупи презентують свої твори і коментують їх.

Для колажу підходять як загальні теми, наприклад: «Я у світі інформації», «Наше майбутнє», «Я – сьогодні і за 5 років», так і теми, пов'язані з образом певного продукту: «Чай», «Ідеальний чай», «Банк X», «Шоколад Y».

Узагальнені теми для колажу зручні на початку роботи групи: створення колажу виконує функцію розминки й дає змогу впродовж нетривалого часу отримати цілісну картину досліджуваного явища, його «тло». Колажі, присвячені конкретним брендам, корисніші наприкінці,

коли уявлення про продукт найбільш об'ємні. Обов'язковий елемент процедури – коментар авторів.

Одна із переваг методики полягає в можливості використовувати готові ілюстрації, не переймаючись відсутністю образотворчого хисту. Створений із готових образів колаж дає можливість передавати їхні значення, минаючи етап вербалізації, з меншими викривленнями і куди наочніше. Інтерпретації респондентів уможливають розшифрування смислу окремих елементів, виокремлення основних тем та суперечностей між ними, виявлення важливих значень та образів.

За неабиякої привабливості колаж дуже складний для інтерпретації, тому коментар має висвітлювати: основний задум, центральну ідею, супровідні ідеї (що воліли висловити автори і яких образів їм забрало, походження застосованих образів: досвід, реклама, ЗМІ тощо).

Аналіз колажу можна здійснювати за кількома напрямками:

1. Структура колажу: головна ідея, тематичні блоки, центральні й периферичні образи (їхні групи, тенденції), переважна тематика.
2. Центральна ідея: підтвердження, суперечності, однозначність чи багатозначність; рівень вербалізації головної ідеї.
3. Образ споживача, образ продукту, символи, атрибути, властивості товару.
4. Змістові елементи: персонажі (характеристики зображень людей: вираз обличчя, почуття, відчуття), предметна спрямованість, ситуативність, типовість їх.
5. Незмістові елементи: композиція, колірна гама, лінії, написи, простір, настрій.

Безумовно, ця методика перспективна, вона подобається і респондентам, і замовникам, однак слід пам'ятати, що на процедуру колажу знадобиться не менш як 40 хвилин у групі (за дуже чіткого дотримання регламенту). І, що суттєвіше, коли результат отримано, розпочинаються головні труднощі з інтерпретацією.

Як свідчить досвід, матеріал колажів завжди глибший і багатший, ніж це потрібно для цілей маркетингового дослідження. Утім, те саме можна сказати про більшість проєктивних методик.

Далі наведено приклад інтерпретації колажу «Емоційне сприйняття марки А» (див. рис. 4).

2. Психологічний (експресивний) рисунок

Учасникам пропонують виразити своє відчуття обговорюваного товару у вигляді рисунка. Кожному дають набір кольорових олівців і чис-

тий аркуш паперу. На виконання завдання надають не більш як три хвилини. Під рисунком необхідно підписати три слова, які характеризують зображуване відчуття. Після цього респонденти коментують свої рисунки, пояснюють, що вони намагалися виразити.

По завершенні малювання модератор пропонує кожному учаснику показати свій рисунок і пояснити його значення. Решта беруть участь в обговоренні і своїми репліками стимулюють автора до пояснення того, що він хотів зобразити і що відчуває.

Головна перевага психологічного рисунка полягає в тому, що респондент не може контролювати процес свого самовираження так, як коли б він контролює свої вербальні реакції. А головне ускладнення під час аналізу рисунка полягає в тому, що дослідникові все одно доводиться інтерпретувати зображення за допомоги слів.

Як необхідні компоненти інтерпретації рисунка розглядають такі:

Колір. Кількість використаних кольорів, яскравість чи блідість, різноманітні сполучення кольорів. Як правило, ця категорія відображає емоційний складник образу.

Загальні принципи інтерпретації кольорів викладено в тесті М. Люшера, на підставі якого був розроблений колірний тест ставлень. Результати досліджень показали, що певний колір достеменно пов'язується з емоційно насиченими термінами. Синій колір символізує спокій, задоволеність, синьо-зелений – відчуття впевненості, наполегливість, а поєднання червоного і жовтого – як оптимізм, прояв життєвої активності. Ці значення, ясна річ, мають уточнюватися й перевірятися із застосуванням інших даних. Їх не можна інтерпретувати однозначно.

Композиція. Під композицією розуміють взаємозв'язок окремих елементів рисунка, його структуру. Для цієї категорії має значення розташування елементів на аркуші, симетрія або її відсутність, наявність тла, цілісність, динамічність або статичність, спрямованість і центрованість. Композиційні особливості відображають властивості структури образу соціального об'єкта, тобто сформованість, усталеність, конфліктність чи гармонійність образу.

Форма. Розрізняють гостру та округлу, легку та важку форми. Важливими є й такі ознаки, як завершеність і повторюваність форм. Категорія віддзеркалює когнітивний складник образу, передає властивості самого об'єкта.

Лінії. Ця категорія описує характер розташування ліній (різноспрямований чи односпрямований), натискування, наявність чи відсутність штрихування, прорисованість зображення.

Колаж «СВІТ

ІДЕЇ












			<p>Здоров'я, здоровий спосіб життя</p>
		<p>Смачна і здорова їжа</p>	
	 	<p>Сімейна марка, годиться для всіх – дітей, дорослих, літніх людей</p>	
	 	<p>Універсальна для будь-яких страв, особ- ливо для зелені. Задоволення від кухні</p>	
	<p>Присутність чоловіків на кухні</p>		

Рис. 4. Емоційне сп

МАРКИ "А"»

ВІДЧУТТЯ

			Тепло, ніжність, затишок
			Життєрадісність, оптимізм, успіх
			Стабільність, спокій, достаток
			Спілкування, дружня участь, хороший настрій
			Чистота, прозорість, свіжість
			"Літні" тони, жовтий колір

рийняття бренду А

Розмір. Великий чи маленький розмір також має важливе значення для інтерпретації і може засвідчувати, наприклад, значущість об'єкта для респондента. Подібно до ліній, розмір може відобразити мотиваційні характеристики суб'єкта сприйняття, скажімо, інтерес до об'єкта.

Предметність (абстрактність/конкретність). У цій категорії розглядається наявність предметних образів. Вони поділяються на образи-символи, за якими закріплено узвичаєні значення (приміром, простромлене стрілою серце) і оригінальні (індивідуальні) образи. Наявність перших чи останніх має різне значення для інтерпретації. Категорія загалом віддзеркалює смисловий складник образу, тобто висвітлює «особистісні смисли», що ними респонденти наділяють даний об'єкт.

Щільність заповнення аркуша. Рисунки великого розміру іноді виконані лишень контуром, тобто за рівнем зафарбованості аркуша можна судити про мотивацію сприйняття об'єкта. Оскільки передбачається, що певні характеристики психологічного рисунка відображають індивідуальні особливості суб'єкта сприйняття, важливо виокремити типові характеристики рисунка, що виявляють особистісні особливості респондентів, і характеристики, типові для відображення образу соціального об'єкта. У психологічному рисунку співіснують дві реальності: реальність особистісних проєкцій суб'єкта сприйняття і реальність соціального пізнання об'єкта сприйняття. Умовно можна вирізнити категорії рисунка, специфічні для відображення різноманітних аспектів сприйняття соціального об'єкта («композиція», «предметність»), і категорії, специфічні для відображення особистісних властивостей того, хто рисує («лінії») (Мельникова, 2003).

Зондувальні та проєктивні техніки, про які йшлося вище, зовсім не вичерпують усього багатства методик, застосовуваних у маркетингових якісних проєктах. Ми спинилися на «базових»: доволі універсальних, які вже давно набули застосування і добре зарекомендували себе. Однак ефективність навіть найпростіших методик вимагає достатньо високої майстерності від модератора.



Література

1. *Белановский С. А.* Индивидуальное глубокое интервью. – М.: Никколо-Медиа, 2001а.
2. *Белановский С. А.* Метод фокус-групп. – М.: Никколо-Медиа, 2001б.
3. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990.
4. *Крюгер Р., Кэйси М.* Фокус-группы. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2003.

5. *Малхотра Н. К.* Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Вильямс, 2002.
6. *Мельникова О. Т.* Фокус-группы в маркетинговом исследовании. Методология и техника качественных исследований в социальной психологии : Учеб. пособие для студ. психол. факультетов вузов. – М.: Академия, 2003.
7. *Семенова В. В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию : Учеб. пособие для студентов вузов / Ин-т социологии РАН. – М.: Добросвет, 1998.
8. *Черчилль Г.* Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2002.

Словник термінів

Маркетинг – це мистецтво вільно вибирати цільовий ринок, залучати, зберігати і нарощувати кількість споживачів шляхом створення в покупця впевненості, що він являє собою найвищу цінність для компанії, а також упорядкований і цілеспрямований процес усвідомлення проблем споживачів і регулювання ринкової діяльності.

Маркетингові дослідження – систематичне й об'єктивне виявлення, збирання, аналіз, поширення і використання інформації з метою підвищення ефективності ідентифікації та розв'язання маркетингових проблем.

Якісні дослідження – неструктурований пошуковий метод дослідження, ґрунтований на малій вибірці, що має на меті допомогти ліпше зрозуміти ситуацію навколо проблеми маркетингового дослідження.

Фокус-група (фокусоване групове інтерв'ю) – це невимушене неструктуроване інтерв'ю, яке беруть у невеликої групи людей (8–12 осіб) спеціально підготовлені ведучі (модератори).

Глибинне інтерв'ю – неструктуроване, пряме, особисте інтерв'ю, в якому одного респондента опитує висококваліфікований інтерв'юер для визначення його основних спонук, емоцій, переконань з певної теми.

Техніки зондування – група методик модерування, використовувані для поглибленого дослідження специфічних тем. Застосовувані тут опитувальні методи і групові завдання відрізняються від проєктивних методик тим, що вони менш абстрактні й простіші у використанні у звичайних фокус-групах.

Проєктивні техніки – ґрунтовані на стимулах (запитаннях, невербальних стимулах), сконструйованих таким чином, що респондент змушений сам вкладати в них певний смисл або інтерпретацію. Завдяки цьому проєктивні техніки оминають три основні бар'єри на шляху до вивчення людських мотивів і установок: психологічну репресію і витиснення, раціональний контроль і контроль соціальних впливів.

Контрольні запитання

1. У чому полягають основні відмінності між академічними і комерційними якісними дослідженнями?
2. Інформацію для розв'язання яких маркетингових завдань можна отримати за допомоги глибинних інтерв'ю і фокус-груп?
3. Опишіть особливості організаційного етапу якісного дослідження в маркетингу.
4. Як Ви розумієте термін «техніка» в процесі якісних досліджень? Дайте визначення зондувальних і проєктивних технік.
5. Назвіть основні зондувальні техніки, застосовувані в маркетингових дослідженнях.
6. Чому цілий клас технік якісних досліджень дістав назву проєктивних? У чому полягає сутність проєкції?

Теми рефератів

1. Особливості застосування якісних методів у соціології та маркетингу.
2. Специфіка використання і потенціал зондувальних технік у якісних маркетингових дослідженнях.
3. Специфіка використання і потенціал проєктивних технік у якісних маркетингових дослідженнях.

Лекція 14

КУЛЬТУРНІ ДИСКУРСИ РЕГІОНІВ

Предметне поле соціології регіонів

Методологічна ситуація, яка склалася в тій чи іншій науковій дисципліні, багато в чому задається розумінням з боку більшості членів наукової спільноти її предметного поля. В соціології регіонів на цей час переважають позитивістські підходи до предмета її вивчення. Спільним для різних підходів є визнання того, що соціологія регіонів вивчає регіони як суспільні утворення, як певні територіальні спільноти людей. Але визначення самого регіону навіть у цьому випадку найчастіше тяжіє до ландшафтного. Наприклад: «Регіон – це певна територія, що відрізняється від інших територій за рядом ознак і має певну цілісність, взаємну зв'язаність елементів, що її утворюють» (*Прикладная социология*, 2001: 40). Отже, здається, що регіон утворюється внаслідок потрапляння певного числа людей у ландшафтний контейнер. Цілком за І. Кантом виникає враження про апіорний просторовий синтез внаслідок спільного перебування соціальних суб'єктів та продуктів їх діяльності в спільному ландшафті. Це розуміння виникло під впливом географії та регіональної економіки. Власне соціологічним у ньому є лише посилення на територіальні спільноти.

Існує інший підхід до розуміння регіону. Він відштовхується від того, що суспільні територіальні морфології є продуктом суспільного виробництва. Це унеможливило неісторичний погляд на регіон. Підхід до регіону як до суспільного продукту дозволяє пояснити виникнення культурних ландшафтів. Таке розуміння регіону спирається на такі концепти. Першим є концепт просторового оптимуму суспільних практик. Другим слід вважати концепт кластеру взаємопов'язаних практик, прив'язаного до певної території. Це дає можливість запропонувати розуміння регіону, яке пояснює його як соціальне утворення соціальними ж факторами.

З визначеної позиції можна запропонувати таке розуміння предмета нашої дисципліни. *Соціологія регіонів* покликана пояснювати просторову локалізацію різних соціальних практик, виникнення в цих процесах щільних кластерів практик, прив'язаних до територій, і виникнення та розвиток різноманітних територіальних спільнот. Вона повинна дати теоретичні моделі регіональних систем, показавши взаємодію в процесі їх формування та розвитку примордіальних та суб'єктивних факторів (Кононов, 2003: 126–130). Таке розуміння хоча й передбачає переважно зовнішній підхід до вивчення регіону, але відкриває перспективу його дослідження як людської спільноти, пов'язаної дискурсивними практиками.

Методологічна ситуація: кількісні та якісні дослідження

Бачення предмета соціології регіонів задає і методологічний набір, що його використовують у регіональних дослідженнях. Більшість із них виконано в кількісній парадигмі. Регіональне життя в різних його аспектах переважно вивчається опитувальними методами. Рідше використовується контент-аналіз регіональних ЗМІ (Костенко, Макеєв, 1991: 53–66). Масові опитування дали можливість створити соціографічні портрети регіонів країни, з'ясувати головні характеристики регіональної системи України (Кононов, 2008: 15–50; Скокова, 2008: 63–77; Жадан, 2008: 137–152; Хобта, 2008: 206–215; Щудло, 2008: 216–223). Кількісні дослідження добре узгоджуються з картографічним методом, який соціологія регіонів запозичила з географії (Берлянт, 1985).

Якісні дослідження в соціології регіонів тільки набувають застосування (Кононов, 2002: 80–102). Але саме тут відкриваються нові дослідницькі горизонти для соціологів, що спеціалізуються в галузі соціології регіонів. Маю на увазі погляд на регіон як на певний життєвий світ індивіда, де відбувається поєднання суспільного та індивідуального. Зараз це бачення стає особливо важливим. У зв'язку з глобалізацією відбулося розшарування інституційних порядків, що для конкретного індивіда несе загрозу неузгодженості життєвих світів, шизофренічності життєвої ситуації (Кононов, 2009: 298–307). У сучасному світі саме регіони відіграють роль «точки складання» інституціональних порядків, а отже і життєвого світу індивіду. Це зміщує дослідницьку увагу на вивчення ідентифікаційних практик в просторі регіону, на дослідження відповідних ціннісних світів і т.ін.

У цій перспективі регіон виглядає не просто як елемент об'єктивної просторової системи певної нації. Він постійно створюється і відтворюється. Наприклад, регіональні відмінності постійно посилюються в електоральному процесі. Політичні сили легітимують своє панівне становище через псевдопредставництво частини суспільства. У випадку України для легітимації свого становища в умовах імітативної демократії політичним партіям неможливо отримати підтримку електорату, експлуатуючи класові чи професійні ідентичності. Найуразливішими для такого маніпулятивного впливу виявилися регіональні ідентичності. Тому партійна система нашої країни почала формуватися з прив'язкою до макрорегіонів. Міжпартійна конкуренція будувалася і будується за ринковою логікою, для якої властивий дуже обмежений часовий обрій. Нинішня політична криза багато в чому пов'язана з тим, що регіональні чинники мобілізації електорату перестають діяти.

Інший аспект виробництва регіонів – стосунки «центр–регіони». Центр як надпросторове утворення, політичною силою посаджене на певну територію, формує загальні норми життя, які інтерпретуються на регіональному рівні. Центру належить право виробляти категорії суспільної класифікації, визначати правильне в суспільному житті, відділяючи його від патологічного. Регіони бачать себе у дзеркалі центру і навпаки. І цим ця проблема не вичерпується. В Україні є полюси регіональної системи – Донбас і Галичина. Стосунки між ними є особливим чинником регіонального життя нашої країни (Кононов, Хобта, Щудло, 2008). Через ці стосунки відтворюється і перетворюється вся регіональна система і самі полюсні регіони. У виробництві регіонів беруть участь етнічні, мовні, релігійні групи. Фрейми сприйняття просторового життя країни поширюють засоби масової інформації. Регіональні ідентичності знаходять своє підтвердження і закріплення в певних подіях. Тут цілком придатною для аналізу є методика, використана Патриком Шампанем в дослідженні значення політичної маніфестації для підтвердження існування сконструйованої в політичному полі групи (*Шампань*, 1992: 35–59). Так, події гострої соціально-політичної кризи кінця 2004 р. були фактичним підтвердженням розколу країни по лінії Захід – Схід. Їх подальше карикатурне повторення стало фактичним підтвердженням згасання гостроти міжрегіональних суперечностей.

Все сказане свідчить, що соціологія регіонів стикається з особливими проявами продукування і відтворення владних відносин, зі створенням ідеологічних форм їх забезпечення. В сучасних соціологічних дослідженнях це давно стало сферою застосування *дискурс-аналізу*. Ми

вже дійшли висновку, що регіон – це певний життєвий світ, в якому відбувається цілісна інтерпретація національної культури. Отже, цей світ існує як особлива знакова система, система значень. Більш того, система, що говорить. Можна констатувати, що проблема мови недостатньо розроблена в теоретичній соціології. Немає загальної соціологічної теорії мови. Про неї висловлюються в метафоричному дусі як про найфундаментальніший механізм суспільства. Але це нічого не пояснює. Як система норм вона має схожість із соціальним інститутом. Але це якийсь надінститут, який опосередковує існування усіх інших інститутів, соціальних груп, суспільних процесів. Еміль Бенвеніст колись писав: «Саме в мові і через мову індивід і суспільство взаємно детермінують одне одного» (Бенвеніст, 1974: 27).

Лінгвістика значно вплинула на ситуацію в соціології. Особливо це стосується структуралізму. Вирішальний внесок тут належить Фердинанду де Сосюру. Відомо, що він переніс акценти у вивченні мови з історичних розглядів на синхронне системне дослідження. Мова є певною структурою, де значення слів задається їх взаємними стосунками. Знаки мають два аспекти: форму (означальне) та зміст (означуване). Стосунки між ними є соціальною конвенцією. Мова як система була названа *Langue*, а мовлення *Parole*. Ф. де Сосюр вважав, що науково можна вивчати тільки перший аспект (Сосюр, 1998). В дослідженні суспільства структуралізм був перенесений К. Леві-Стросом. Як пише І. Троцук, він «...зробив “лінгвістичну аналогію” найважливішим інструментом антропологічного вивчення соціальної поведінки» (Троцук, 2006: 21). Але сучасний дискурс-аналіз базується не на первинних ідеях структуралізму. Він виходить з думки постструктуралістів про те, що саме *Parole* є полем створення мережі значень. Якщо структуралісти уподібнювали *Langue* рибальській сіті, то постструктуралісти вважають таку метафору хибною. «Замість метафори *сіть* ми віддаємо перевагу у використанні метафори *Інтернет* як моделі, де всі знаки пов'язані між собою, але зв'язки можуть перебудовуватися, а нові – постійно з'являються і змінювати всю структуру» (Філліпс, Йоргенсен, 2008: 34). Л. Філліпс та М. Йоргенсен пишуть: «Відправною точкою дискурс аналітичних підходів є твердження структуралістської та постструктуралістської лінгвістичної філософії про те, що ми отримуємо доступ до реальності через посередництво мови. За допомогою мови ми створюємо репрезентації реальності, які не просто відображають те, що в ній є, але і конструюють її. Це не означає, що самої реальності не існує. Радше сенс у тому, що реальні лише значення та уявлення про реальність. Безумовно ж, фізичні

об'єкти існують, але вони набувають значення лише в дискурсі» (Філіпс, Йоргенсен, 2008: 29).

Ернесто Лакло та Шанталь Муфф створили масштабну теорію дискурсу. Ними «дискурс трактується як сукупність фіксованих значень в межах специфічної області. Усі знаки в дискурсі є *моментами*» (Філіпс, Йоргенсен, 2008: 56). Часткова фіксація значень відбувається навколо вузлових точок, або привілейованих знаків. Як приклад самі автори наводять у якості вузлової точки медичного дискурсу поняття «тіло». В соціології регіонів таким поняттям буде сам «регіон». Вузлові точки самі по собі порожні. Тільки певний дискурс наповнює їх глибоким змістом. Вони можуть брати участь в різних дискурсах. Скажімо, поняття «регіон» є вузловою точкою не тільки в соціологічному, але і в географічному та політологічному дискурсах. Але в кожному з них воно набуває різний зміст. В цьому варіанті дискурс-аналізу використовуються також такі поняття, як *елементи* та *моменти*. Перші – це знаки поза дискурсом, а другі – в межах дискурсу. «Мета дискурсу – усунути двозначність, перетворюючи *елементи* в *моменти* за допомогою *закритості*» (Філіпс, Йоргенсен, 2008: 60). Дискурс підтверджується чи заперечується через *артикуляцію*, якою є фактично будь-яке висловлювання. Через це дискурс є лише тимчасова закритість. В одному предметному полі можуть співіснувати і боротися за визначення реальності декілька дискурсів. Таку ситуацію визначають як *порядок* або *стрій дискурсу*.

Дискурс-аналіз пропонує конструкціоністський підхід до соціальної реальності, а отже і до регіону. Люди творять спільноту і діють так, начебто вона існує як певна множина. Тобто регіон у цьому сенсі задає певний горизонт смислів та дій. Щоб його вивчити треба ідентифікувати вузлові точки дискурсу, вивчити процеси артикуляції, формування ідентичностей, представництва, гегемонії.

Підхід Е. Лакло і Ш. Муфф надто ригористичний. Вони не бачать в суспільстві чогось, що існувало б позадискурсивно. Більш розважливу і придатну для соціологічних досліджень версію дискурс-аналізу створив Норман Феркло. Для нього соціальні структури складаються з дискурсивних та не дискурсивних елементів. Дискурс має три функції: функцію ідентичності, функцію відносин і функцію означення. У дискурса є два виміри: комунікативна подія та дискурс-стрій. Будь-який мовний випадок має три виміри: текст, дискурсивну практику та соціальну практику. «...Аналіз необхідно зосередити на (1) лінгвістичних особливостях тексту (*текст*), (2) процесах відтворення та споживання тексту (*дискурсивна практика*), (3) більш широкій соціальній практиці, якій нале-

жить комунікативна подія (соціальна практика)» (Филлипс, Йоргенсен, 2008: 120).

Відносини Донбасу і Галичини в регіональній системі України крізь призму якісних досліджень

Методичні аспекти

Методологічна перспектива дискурс-аналізу задає лише загальні теоретичні орієнтири для якісного дослідження. Вони повинні перетворитися у певні методики дослідження, у складові професійної майстерності соціолога. Можливості використання якісних методів в соціології регіонів можна представити на прикладі дослідницького проекту «Україна: образи регіонів та міжрегіональні стосунки»¹. В рамках цього проекту 2008 р. була проведена серія з 10 фокусованих групових інтерв'ю (по 5 фокусованих групових інтерв'ю в Луганській та Львівських областях). В 2009 р. для тріангуляції отриманих даних були проведені індивідуальні інтерв'ю в Луганській області. В цій лекції зупинюся на результатах фокусованих групових інтерв'ю (ФГІ).

Особливістю інтерв'ю з групою є те, що в перебігу його проведення необхідно враховувати групову динаміку. Відмічають, що «у фокус-групах з усієї багатоманітності групових процесів найчастіше зустрічаються групоутворення, груповий тиск, конфлікт» (Дмитрієва, 1998: 22). В соціологічному співтоваристві немає єдності думки стосовно оптимальної кількості учасників фокус-груп. Експерименти показали: «Якщо найменше число учасників, за якого групові ефекти обговорення можуть виникати, оцінюється у 5 осіб, то найбільше слід, мабуть, оцінювати в 15–16 осіб» Оптимальним числом учасників групи слід вважати 8–12» (Белановский, 2001: 77, 75). Наш колектив орієнтувався саме на таке число.

¹ Проект здійснюється кафедрою філософії та соціології Луганського національного університету ім. Т. Шевченка, кафедрою соціології, політології та права Дрогобицького державного педагогічного університету ім. І. Франка та ГО «Центр з вивчення суспільних процесів та проблем гуманізму» за участі кафедри соціології національного університету «Львівська політехніка» з 2005 року. В його рамках проведено два крос-регіональні опитування в Луганській та Львівській областях. Результати висвітлювалися у соціологічних виданнях (Кононов, 2007: 305–320; Кононов, Хобта, Щудло, 2008: 73–98).

У теорії ФГ є положення, яке ускладнює застосування цього методу в соціології регіонів. Маю на увазі досить категоричне твердження деяких авторів про принцип гомогенності ФГ за статтю, віком та за соціальним становищем. Наприклад, О. Дмитрієва пише: «Соціологами та психологами було відзначено, що у змішаних групах юнаки та дівчата (чоловіки та жінки) дають нещирі відповіді, які відображають прийняті стереотипи поведінки для обох статей, порівняно з групами, що є гомогенними за ознакою статі». Також вона стверджує, що у різностатевих фокус-групах жінки поведуться більш пригнічено порівняно з чоловіками (Дмитрієва, 1998: 71, 28). Існує думка й щодо іншого обмеження ФГ: «цей метод погано підходить для вивчення ієрархічно організованих взаємодій керівництва і підлеглих» (Белановский, 2001: 53).

На нашу думку, врахування всіх цих застережень зробило б використання методу ФГ в соціології регіонів неефективним. Справа в тому, що ФГ тільки тоді виконує своє призначення, коли в його перебігу вдається змодельовати і отримати функціонуючу регіональну свідомість. Останнє варто підкреслити особливо. ФГ – це не індивідуальні інтерв'ю в групі. Ситуація ФГ виникає лише тоді, коли виникає спільна інтелектуальна діяльність серед учасників. Найкраще це фіксується через виникнення суперечок з обговорюваних питань. Для соціолога ФГ як термоядерний реактор для фізика. Фізик інакше в земних експериментальних умовах не може спостерігати термоядерну реакцію, а соціолог – функціонуючу суспільну думку. Отже, фокусовані групи варто формувати так, щоб вони моделювали групи, які характеризують цей регіон. Безумовно, у разі проведення ФГ неможливо забезпечити репрезентативність за принципами масових опитувань. Але необхідність враховувати значимі для дослідження властивості спільноти дає підстави дослідникам вбачати в ФГ поєднання рис якісного і кількісного підходів (Семёнова, 1998: 107). Ми зупинилися на групах, які представляють обласний центр, місто в області та село. Крім того, враховувалося, що в кожному регіоні є лідери суспільної думки, чия діяльність впливає на осмислення соціальної реальності простими людьми. Серед міст ми обрали ті, які претендують на роль «другого» міста в області, де є достатній прошарок інтелігенції. Таким чином були обрані Дрогобич, який свого часу був обласним центром, і Стаханов, який пов'язаний з традиціями стахановського руху. ФГ формувалися як гетерогенні з ознакою статі і віку. Попередній досвід показав, що жінки і чоловіки поведуться природно, коли мова йде про проблеми регіону чи населеного пункту. Їх життєвий досвід доповнює одне одного і дозволяє подивитися на територіальні проблеми сте-

реоскопічно. Обмеження, про які йшлося, корисні для маркетингових та інших досліджень, де зачіпаються інтимні та інші питання, дражливі у гендерному аспекті.

Проведення ФГІ в межах дослідницького проекту передбачає підготовку програми для цього етапу досліджень. Програма дає обґрунтування для гайду. Останній документ містить звернення, яким модератор мотивує учасників ФГ до спільної роботи. Далі йде перелік питань для обговорення (див. Додаток). Модератор повинен використовувати запитання гайду для організації дискусії в групі. Якщо він фіксує постановку самими учасниками нових і важливих для теми дослідження питань, то повинен стимулювати їх обговорення. Далі можна коригувати гайд для подальшої роботи. Так, у перебігу двох перших ФГІ в Луганській області я переконався, що респонденти дещо по-різному користуються поняттям «регіон». Оскільки ж це центральне поняття для організації дискурсу з проблеми міжрегіональних стосунків, то я включив спеціальне питання для обговорення в наступні ФГІ.

Крос-регіональні дослідження з використанням методу ФГІ передбачають особливу чутливість до нюансів. Дуже важливо не нав'язувати респондентам своєї схеми мислення, а фіксувати саме той дискурс, в який вони включені. Для цього потрібна розвинута соціологічна уява (Ч. Мілс). Одним з проявів соціологічної уяви є уміння поєднувати, аналізуючи суспільство, індивідуальну і колективну перспективи бачення суспільної реальності. Треба бути готовим до принципово нових явищ, яких не очікував. Надзвичайно корисною тут буде згадка про «Солярис» Станіслава Лема. Відомо, що в цій повісті польський письменник змоделивав ситуацію зіткнення людства з принципово новою, не антропоморфною формою розумного життя. Зіткнення з розумним океаном викликало у людей когнітивну кризу, адже все їх пізнання до цього часу вслід за Протагором мірою всіх речей розглядало людину. Пастка антропоцентризму одним з героїв повісті зображається так: «Ми не шукаємо нікого, окрім людини. Нам не потрібні інші світи. Нам потрібне наше відображення. Ми не знаємо, що робити з іншими світами» (Лем, 1976: 87). «Казус Солярису» в соціології може проявитися у вигляді етноцентризму, класоцентризму та ін. В нашому випадку може виникнути загроза регіоноцентризму, коли соціолог свідомо чи підсвідомо характеристики одного регіону буде шукати як правильні в інших регіонах.

Для успішного розгортання дискусії дуже важливо застосувати вдалий *стимул*. У вивченні міжрегіональних стосунків мова не йде про такі стимули, як в маркетингових дослідженнях. Але цілком абстрактна роз-

мова може завести у глухий кут. У нашому випадку дискусія стимулювалася за допомогою статей Тараса Прохасько, де висловлювалися погляди галицького сепаратизму. Наведу висловлювання з однієї з них, що називалася «Вади українського імперіалізму». Письменник про злуку УНР та ЗУНР пише: «Січень 1919 взагалі не варто аналізувати, вдаючись до хоч якогось раціоналізму. Сумно так говорити про свою історію. Але цей акт був цілковитим нонсенсом, котрий незадовго завершився тотальною катастрофою. Коли є можливість їхати на двох конях у різні боки, не варто сідати двом на одного коня, убивши другого». Далі він робить висновок: «Українська імперія надто хвора, щоби вилікуватися внутрішньою силою. Українська імперія достатньо велика, різноманітна і суперечлива, щоби утворити кілька держав. Кожна з них могла би бути нарешті неповторною, самодостатньою і спокійною» (Прохасько, 2008: 3). Я не буду розбирати ці висловлювання. Ситуація, про яку говорить автор, закінчилась тотальною катастрофою радше зовсім не з тих причин. Але стаття Т. Прохасько саме своєю відвертістю, художньою пристрастю і теоретичною слабкістю є гарним стимулом для дискусії.

Образи країни та регіонів

Тепер перейдемо до деяких результатів ФГП. Особливу увагу зосереджу на непередбачуваних в гіпотезах результатах. Секвенції з транскриптів подано мовою оригіналу, вказуючи ініціали респондентів, місце проведення ФГП.

Умовою для розгортання стосунків між Донбасом та Галичиною є ситуація в країні загалом. Цілком передбачуваним результатом є те, що більшість учасників фокусованих груп в обох регіонах розглядають єдність країни як позитивну цінність. *«Мы единая страна. Мы должны, как говорится, любить себя, какими мы есть. Вот. И не раскальваются, не думают о том, что мы должны куда-то входит, что мы должны к кому-то примыкать. Мы есть Украина и мы – это мы»* (К.П.Н., журналіст, Луганськ). *«Прості люди цього не сприймають. Ми єдина нація, ми всі українці»* (М.Л.В., методист університету, Львів). Не є чимось неочікуваним і наявність висловлювань, які припускають бажаність дезінтеграції країни. *«Было бы лучшим вариантом для нас разойтись по чехословацкому варианту, спокойно, на Запад и Восток. Определиться. Присоединиться к России или остаться в сфере влияния Востока просто. Западу присоединиться к Польше или Австрии. Или просто в сфере Запада остаться. Так сказать, цивилизованно разойтись. Но этот вариант, конечно, невозможен в нашей стране. Как в силу политических, так и в силу геополитических претензий на эту территорию. То,*

что примирение маловероятно в обозримом будущем, у меня складывается мнение, потому что последние вот три года, после выборов этих президентских, идёт нарастание этого противостояния» (М.С.В., закладу на приватному підприємстві, Луганськ). Це той порядок дискурсу, який припускався вже в гіпотезі дослідження. Але несподіванки з'являються в іншому. Значна частина людей, які до цього висловлювалися за єдність країни, не виключають її розпаду. *«Все может быть в принципе»* (Я.Н.І., вчитель, Львів). *«Я считаю, что в наше время возможно все. Возможен теоретически такой вариант раскола. Но я думаю, что если бы такое произошло, то, наверное, не по объективным причинам, а из-за каких-то стремлений каких-то личностей сделать это»* (С.О.Я., учитель, Стаханов). Це є свідченням, що в обох регіонах вважають, що єдність країни залежить від правлячого класу. Отже, дискурс про єдність є політичним і організованим через опозицію «народ – правлячий клас». Правлячий клас сприймається як егоїстична група, здатна на все. Завдяки цій групі Україна перетворюється на зачаклований ліс, де не діють жодні об'єктивні закони. Таким чином, соціальний світ для більшості населення України все більше зачакловується. Науковою ж мовою можна констатувати, що населення Донбасу та Галичини бачить соціальний простір своєї країни як результат тимчасових домовленостей між патронами клієнтських груп. Клієнтські ж групи є головними структурними елементами правлячого класу нашої країни.

Другим непередбаченим результатом ФГП стало виявлення нечіткого і суперечливого уявлення про регіони в суспільній свідомості як Донбасу, так і Галичини. Людям важко відділити поняття регіону від уявлення про адміністративну область. На регіони робиться проекція інших проблем: поділу країни, її федералізації та ін. *«На побутовому рівні частіше під регіоном розуміють утворення трошки більше ніж область. Скажімо, в Україні можна виділити Північ, Південь, Захід, Схід, Центр, ну і як окремих регіон, може, Крим. Я думаю, що територію з спільними ознаками за природними умовами, і за населенням, і що об'єднує кілька областей і називають регіоном»* (В.Ю.В., викладач університету, Львів). *«Якщо дивитися в межах держави на регіон, то він значно більший за область, якщо дивитися в межах області однієї, то – значно менший»* (П.О., начальник відділу міськвиконкому, Дрогобич). *«Скільки ознак, стільки і регіонів. Не можна ставити яесь там число»* (М.Д.М., студент, Дрогобич). *«Несколько лет назад это было территориальное разделение, а теперь, прежде всего, ассоциируется с политическими разногласиями»* (Л.А.А., домогосподарка, Стаханов). *«Меня как женщину*

чисто эмоционально напрягает слово “регионы”. Я чувствую опять-таки разделение: это моя тарелка, это – ваша. Это ваш регион, это – наш» (С.Л.М., учитель, Стаханов). *«Мені не дуже це слово “регіони”, як кажуть, до душі, тому що десь переплітається з “автономією”, “землею”. <...> ... наша держава є унітарною, тому це десь не зовсім так»* (В.Б.В., депутат міськради, Дрогобич). І в Донбасі, і в Галичині регіональний поділ в кінцевому підсумку зводять до узагальнених Сходу і Заходу. При цьому їх сучасне розмежування знов-таки пояснюють у полі політичного дискурсу. *«Після Помаранчевої революції для мене чомусь, коли говориться про регіон, зразу навалюється ця картинка, де показано скільки хто за кого голосував. Україна отак от чисто ділилась по Дніпру на Правобережну і Лівобережну. І ніби два регіони – Західний і Східний»* (М.К.Ю., студентка, Львів). *«В 2004 году произошел водораздел в нашей современной истории. Эти выборы сыграли очень важную роль в расчленении, разделении, противостоянии разных регионов нашей страны»* (М.С.В., завскладу на приватному підприємстві, Луганськ).

Супільний простір можна бачити, лише посідаючи в ньому певну позицію. Це штовхало нас до пошуку образів регіонів, якими користуються їх мешканці. Основна увага була зосереджена на виявленні регіональних автостереотипів та гетеростереотипів. Через стереотипізацію образів в регіонах виникають фрейми сприйняття один одного. Вони схожі на подвійні дзеркала, в яких регіон відображається сам і бачить відображення полюсного регіону. Цікавими результатами стало те, що в Донбасі та Галичині за період незалежності побачили один одного. Ці регіони мають шанс перетворитися один для одного в значимого іншого. Бачення себе та іншого в названих регіонах має спільне і відмінне. Так, мешканці Донбасу схильні визначати свій регіон через важку промисловість та через його вагу в економіці України. *«Донбасс всегда был экономическим двигателем страны. Тут и угольная промышленность, и металлургия хорошо развиты. Алчевский меткомбинат чего стоит, Лисичанский НПЗ, Лисичанский стеклозавод. Это в нашей только области. Донбасс – значимая часть в нашей стране. И наше мнение учитывается. Пытаемся ли мы навязывать свое мнение? Я думаю, вряд ли. Мы пытаемся занимать, как говорится, свое место в стране. Оправдывать то, что мы сила экономическая»* (К.П.Н., журналіст, Луганськ). Звідсіля висновок: *«Донбасс является основной частью Украины»* (К.М., студентка, Луганськ). Для жителів Донбасу не є секретом і тіньюва сторона образу свого регіону. *«Это угольный край. Донецкая об-*

ласть, терриконы, пожалуйста. Из других регионов приезжают, говорят, а что это? Что это за пирамиды? А мы знаем прекрасно, терриконы, порода. Очень много людей употребляют спиртное. Это отличает Донбасс. Плохое, негативно, но это есть. Куда от этого денешься, тяжелый физический труд. Загрязнение очень большое. Плохое экологическое состояние региона» (И.В.Г., учитель, с. Пархоменко). Але в Донбасі домінує позитивний автостереотип свого регіону. В Галичині підтримують економоцентричне бачення Донбасу. «Східна територія України дуже важлива, особливо тому, що там розташований Донбас. Він є великим промисловим центром і за рахунок того Україна має все на своїй території» (В.Н.М., студентка, Дрогобич). «Взагалі, Схід України відчуваю так, що там всі заводи, металургійна промисловість. Весь потенціал, він там» (М.О.Є., методист університету, Львів). Але для Галичини в описанні соціального світу є більш важливими етнічні категорії. Тому вони постійно наголошують на тому, що в Донбасі мешкає багато росіян і там домінує російська мова. «Так, мабуть, російський дух. Там росіяни, більшість. Там українців вже менше є» (К.Я.В., різьбяр по дереву, депутат сільради, с. Нижній Лужок). «Східна Україна більш заселена не те що російськомовними, а просто російським населенням. За національністю навіть. Є деякі відмінності в менталітеті українців і росіян. Але, якби політики на тому не наголошували, якби політики з того не робили проблему, повірте, люди б набагато спокійніше відносилися б один до одного» (Т.Л.М., вчитель, Львів). Часто етнічна та мовна приналежність поєднується з політичними орієнтаціями. «Російська мова – це одразу людина зі Сходу. Це як ознака така. Інше – це політичні погляди. Тому, що Схід – це Янукович, його слова, потім Партія регіонів. Це – характеристика Сходу для мене. <...> У них немає якихось певних традицій українського народу» (М.Д.М., студент, Дрогобич).

Непередбаченим результатом ФГП стала фіксація такої риси в гетеростереотипі Донбасу, як бідність його мешканців. Ці уявлення створювали дисонанс з твердженнями, що саме в Донбасі концентрується основне економічне багатство країни. З одного боку маємо такі твердження. «Схід – це великий промисловий центр, і якби не було Сходу, може, і на Заході ми б не жили так, як ми живемо» (К.Н.Р., студентка, Дрогобич). «От ми завжди говоримо: "Добре, що був урожай на Сході!" Значить, ми їмо хліб їхній, всю їхню працю. У нас тут більше духовність, там більше працьовитість у людей» (Б.М.І., пенсіонерка, Дрогобич). З іншого ж боку в Галичині поширені такі уявлення. «Донецьк, Дніпро-

петровськ уявляв, ну, як, в тумані. От вирішив поїхати. Був я там два тижні. Що я вам скажу? Бідність! Їхня бідність, необізнаність – оте вся їхня біда. На Сході люди бідні, необізнані, набагато гірше живуть, ніж ми» (В.Р.П., столяр, Львів). «Схід – це сім 'ї, які не мають бажання, як на Заході, до збагачення. Дивіться, які хатини на Сході, які хатини на Заході. У них немає таких позицій з приводу того, щоб заготовляти і таке інше. Я там такого не спостерігала. Пияцтво на селах, де є безробіття, страшно. Самогонка» (П.О., начальник відділу міськвиконкому, Дрогобич). Отже, ця бідність пов'язується, з одного боку, з соціальною несправедливістю, а з іншого, – з певними ментальними особливостями мешканців Сходу. У частини мешканців Галичини до цього часу знаходить відгук уявлення про Донбас як насильницьки русифікований регіон, який застигнув у недоукраїнському стані. У них є надія, що Галичина може допомогти Донбасу знайти себе. «Певною мірою Донбас навіть рівняється на нас. Люди з Донбасу їдуть сюди, на Західну Україну, щоб відчутти ці традиції, бо у них того немає. І вони відчують свій якийсь недолік. Людина кожна хоче бути душевно багатою, а у них немає того. Там якісь рекети. Одне слово, безкультурщина. Чомусь у них немає культури» (М.Д.М., студент, Дрогобич).

В жодному з регіонів дискурс про себе і про плюсний регіон не характеризується єдністю. Тут треба вести мову про певні порядки дискурсу. Так, скажімо, в Галичині є дискурс, в якому Донбас розглядається як більш сучасний регіон, ніж Галичина. «Мислення більш прогресивніше, ніж на Заході. Люди більш простіші. Его менше розширене, що все моє, все захвачене, увесь світ піді мною. <...> Люди більш скромніші. У нас тут кожна баба з села скаже: “Наворожити, наробити – наробимо!” Там такого поняття немає. На рахунок мови. Дійсно, розмовляють мовою не російською, а суржиком. <...> Чистої української мови немає. То, навіть, і не російська мова, тому що розмовляти російською мовою в Україні не можна людям. То є така ламана мова, ні українська, ні російська. На моє враження, менталітет теж відрізняється від Західної України, тому що менталітет більш такий, я кажу, простіший. Немає такої злости. <...> Дуже спокійно відносяться до Росії. Якось їх взагалі там не цікає, як там Росія. А тут всі тільки про Росію думають. Над нами Росія керує чи що? Всі наші політичні дії спрямовані проти Росії. <...> Там люди до церкви не ходять, але і вслід вони людину не проклинають» (Ц.П.С., робітник, Львів).

У Донбасі зафіксовано дискурс, у якому власний регіон зображають як маргінальний. «Ми не уміємо цінувати те, що у нас є, може воно нам

легко дісталось і тому ми з легкістю руйнували й легко комусь іще віддали. Ну, не можемо все це цінувати. ... є така гумореска чи памфлет у Остапа Вишні "Чукраїнци". Оце для нашого регіону. Ми з їхалися сюди з усього світу: і росіяни, і українці, і білоруси, і кого у нас тільки нема. Навіть на території села Пархоменко. І от є у нас така байдужість, лінкватість у нас така є. І ми завжди думаємо, яось воно таки буде та хтось за нас подумає» (Б.В.С., учитель, с. Пархоменко). Походження цього дискурсу зовнішнє, але він входить в порядок дискурсу про регіональну ідентичність в Донбасі.

Цінним результатом ФГІ є фіксація того, що образи регіонів є мінливими, нестабільними, пульсуючими. Скажімо, Захід України мешканцями Галичини то власне звужується суто до їхнього власного регіону, то ототожнюється з Правобережжям. «Та тут до Заходу можна віднести тільки Івано-Франківську, Львівську, Тернопільську області. Ну, Волинська ще. <...> За культурою і історією можна брати до Дніпра» (К.Я.В., різьбяр по дереву, депутат сільради, с. Нижній Лужок). Один з учасників ФГІ у Львові запропонував дуже цікавий об'єкт для подальшого вивчення. «Стосовно того, щоб змодельовати Схід і Захід за Кіплінгом, то поїдьте у Підволочиськ і в Волочиськ. То є два містечка, то є Тернопільська і Хмельницька області. Там багато родичів живуть, але там Толі, Валери, Лени, а тут вже буде Степан, буде Роман, і тут імена вже будуть різні. Буде Богдан. Мова інша. Межа по Збручі. Був розділ Польщі, три розділи Польщі. Вже тоді лівобережжя було під Росією» (Т.Б.І., директор школи, Львів). Два населених пункти знаходяться по різні боки річки Збруч. На правому березі, в Тернопільській області, знаходиться селище Підволочиськ з 7,7 тис. мешканців, на лівому, в Хмельницькій області, розташувалося місто Волочиськ, в якому проживають приблизно 21 тис. жителів. Обидва населені пункти ведуть свою історію з 1463 р. Виникли вони на одному шляху, який в цьому місці перетинав Збруч. Це висловлювання є знахідкою ФГІ. Воно не тільки свідчить про стискання з певних позицій Західної України до власне Галичини, але може стати початком окремого дослідження.

Мешканці Донбасу теж нечітко уявляють географічний абрис Сходу і Заходу України. «Вот мы положим, таким образом: Западная Украина находится на западе от Днепра, Восточная Украина – все, что находится по восточную сторону от Днепра» (Б.А.А., член Всеукраїнського об'єднання «Батьківщина», Луганськ). «Для меня Западная Украина, Галичина – это все запад. Все, что не восток – запад и Галичина» (В.Н.С., учитель, Луганськ). Все це свідчить, що для мешканців України

їх рідна країна є значною мірою невідомою. Її географічні образи поки що залишаються далекими від усталеності.

Значного поширення серед населення обох регіонів набули організмні метафори у контексті формування образів країни. При цьому значимими частинами організму України респондентам видаються саме Донбас та Галичина. *«Мне кажется, на эмоциональном уровне, что Львовская область – это сердце Западной Украины. Слово “Галичина” мы не часто слышим. Мы знаем кофе “Галка”. Мы знаем Львов, Львовскую область. Когда рассказывают анекдоты об украинцах, то когда хотят показать жителя Западной Украины, говорят: “Житель Львова”»* (С.Т.В., учитель, Стаханов). *«... Якщо говорити про Україну, як про суцільний організм людини, то Донбас то є серце, дає ресурс для життя країни, а Західна Україна або Галичина, то може бути душею, або обличчям цієї країни Я не хочу применшувати заслуги інших регіонів, але все ж таки Західна Україна давно претендує на роль культурної столиці, хоча в економічному плані ми тут не можемо посперечатись з Донбасом, а в культурному плані, я думаю, нам є що показати»* (К.В.І., викладач університету, Львів). Ці метафори є проявом формування відчуття цілісності країни.

Образами-маркерами регіонів не обов'язково є суто географічні уявлення. Є насичені образи регіонів, які відображають їх історичні контакти. Найбільш значимим відтинком часу для формування таких образів було ХХ ст. В Донбасі на простонародному рівні вихідців з Західної України загалом називали «бендерами». Це редукована назва від «бандерівці». В Галичині мешканців Донбасу називали «східняками». Зараз ці назви вживаються, але їх номінативна сила вже в минулому. Під час ФГІ в Донбасі термін «бендери/бандери» було зафіксовано один раз від учасника, який походить з Волині і переїхав в Донбас у зрілому віці. За його словами, цей термін його ображає, але він його постійно чує в свою адресу. Але під час ФГІ зафіксовані висловлювання, які свідчать, що націоналізм є значимою рисою в образі Галичини. *«Прежде всего, Галичина – это очаг украинского национализма, это территории, которые входили в состав Польского государства»* (К.А.И., студент, Луганськ). *«Галичина – это политическое понятие, противостоящее Донбассу»* (Д.П.А., художник-оформлювач, Луганськ). *«Про Галичину я вам ничего не могу сказать, только плохое. Но то, что УПА считает участниками войны, героями! Я вообще не представляю, как это можно! И наши Президент, и наши премьер только их защищают. Ещё и памятники, какие ставят! Они не видят, кому надо памятники ставить. Ой, говорит»*

только со слезами можно!» (Б.О.С., пенсіонерка, Луганськ). *«Когда хотели уравнивать в правах ветеранов Великой Отечественной войны с теми, кто воевал тогда за нацистов, здесь Галичина очень сильно меня зацепила!»* (К.П.Н., журналіст, Луганськ). *«Скажем, лично для меня, патриота своей Луганской области, их ценности просто не приемлемы тут. И проблема ОУН-УПА... Да, мы не можем полностью отвергать и говорить, что они такие сякие. Там насколько все неоднородно было. Скажем так, есть политический и геополитический заказ сделать именно так»* (А.Ю., функціонер Партії регіонів, Луганськ). Це свідчить про масивність цієї образності в свідомості мешканців Донбасу. Вона до того ж актуалізована зусиллями політичних акторів з українського правлячого класу. Цей дискурс є неоднозначним. Зараз в ньому є серйозний компромісний струмінь. *«По поводу разногласий в культуре и разного понимания истории. Понимание, наверное, немного разное. Взять ту же социалистическую революцию или Великую Отечественную войну. Произошла революция, в принципе, в России. Нельзя сказать, что все украинцы смотрели на это положительно. На Западе были люди, которые хотели создать свою республику. Их силой ввели в Советское государство. Советское государство в свое время пришло на территорию Западной Украины, абсолютно народ не спросив. А у них была какая-то история, какое-то самолюбие, какие-то этнические мотивы»* (В.Н.Є., учитель, Луганськ). *«Не в обиду нашему региону я скажу, что там культурней население. Намного культурней»* (К.П.Н., журналіст, Луганськ). Є в Донбасі й заходоцентричний дискурс. *«Дійсно, це – П'ємонт національного відродження, центр Західної України. А Західна Україна – це децю ширше поняття»* (Ч.В.А., викладач коледжу, Стаханов). За своїм походженням цей дискурс є для регіону зовнішнім.

У Галичині поняття «східняк» вважають застарілим. *«Колись ми казали "східняк". Східняком був той, хто не був під Польщею. Так говорили до Другої Світової війни – то "східняки". Вже молоді люди певно цієї назви не чують»* (Т.Б.І., директор школи, Львів, 20.11.08.). Але уявлення про те, що Схід в цілому і Донбас зокрема є регіоном спотвореним, досить поширене в Галичині. Це видно і з попередніх фрагментів. Наведу ще приклади, які показують, що з точки зору частини галичан, факторами «псування» Донбасу були російські і радянські впливи та пряма русифікація регіону. *«Довший період радянської влади на Сході залишив довший слід. Давно ці питання досліджувались багатьма вченими. Про що ми говоримо? Вплив ще раніше Російської царської імперії, яка на кореню вирізала все українське. Ці традиції українські на кореню присіка-*

лись. <...> Голод 33-го року. Тут не було цього. Царська влада теж по різному могла трансформувати суспільство. Такого у нас не було. Було у нас таке, ну було гноблення трошки. Але по-різному. Тобто різні впливи були» (М.О.Є., методист університету, Львів). Але і в Галичині є протилежний дискурс. Тепер же бізнесмени зі Сходу скуповують все в Галичині. «Західний регіон був привілейованіший в культурному відношенні, але весь економічний потенціал був на Сході. Це був Донецьк, Дніпропетровськ. Всі мільонери, ну не всі, напевно, 90 відсотків мільонерів, пішло саме з того регіону. У нас викупилися всі великі магазини. <...> Є дуже багато баз [в Славську] викуплені людьми з Донецька і Дніпропетровська. Ну, баз, образно кажучи, набудували там. А були розвалені. Вони мали кошти. Давайте вже відкрито говорити. І Пінчук, і Ахметов, всі багаті люди, всі звіди ідуть» (Х.Н.О., методист у коледжі, Львів). «Наші всі нормальні фірми зареєстровані в Києві, а якщо не в Києві, то або в Дніпропетровську, або в Донецьку. От і все» (К.В.І., викладач університету, Львів, 20.11.08.). Це передумова відчуття скривдженості регіону.

Але відчуття скривдженості поєднує мешканців Донбасу та Галичини. «Я десь відчуваю нашу Галичину скривдженою. Скривдженою власне за роки незалежності. Наші підприємства-гіганти були фактично закриті. Був локаут. Вони були зруйновані і їх донедавна дорізали, і перестали металобрухт приймати. Це підприємства хімічної промисловості, машинобудівні підприємства. Я можу вам перелічити. На Сході підприємства працювали» (Т.Б.І., директор школи, Львів). «Скажіть, був коли-небудь Президент з Західної України? Ні, не було! А якийсь там прем'єр-міністр? Ні, не було! Правда?! А чому?» (І.М., викладач університету, Дрогобич). «Донбасс – это наша родина. Когда в нашем городе выпускали военную технику, или на машинозаводе делали эскалаторы, которые использовались по всему Советскому Союзу, – это, конечно, было приятно. А теперь, когда все разрушено, – это просто боль. Донбасс – это боль!» (Л.Н.В., бібліотекар, Стаханов).

Коло замикається. Дискурс про регіональні особливості знову структурується політично. Винним для мешканців обох регіонів в сучасному становищі країни є правлячий клас. В Донбасі не було зафіксовано жодного висловлювання, в якому б згадувалися організації чи особистості, які сприяли б порозумінню між Сходом та Заходом. «Сейчас на территории Украины ни общественных деятелей, ни общественных организаций, ни политических сил, которые бы отстаивали интересы всей Украины, нет. Есть партии и организации, от-

стаивающие интересы отдельных частей, городов, регионов» (К.В.Є., функціонер Партії регіонів, Луганськ, 19.04.08.). В Галичині попри високий рівень нігілізму щодо політичного класу країни серед населення ще є сподівання на політичні сили і конкретних політиків. *«На мою думку, Президент України Віктор Ющенко позитивно впливає. Він не робить поділ на Схід і Захід. Так само, я вважаю, що таку ж позицію займає партія “Батьківщини” і Юлія Тимошенко, яка так само виступає як і на Сході, так і на Заході. До тих, що позитивно впливають, я вважаю, – Арсеній Яценюк. Це взагалі людина молодшої генерації, це бізнесмен, а для бізнесу таке поняття як кордон і регіон мало існують. Якщо відверто говорити, я вважаю, що Партія регіонів і Янукович негативно впливають на оці»* (М.Н.Ф., журналіст, Дрогобич). Але в цілому за рівнем політичної свідомості регіони все більше наближаються один до одного. Правда, їх мешканці ще не мають життєздатних стратегій подолання ситуації в міжрегіональних стосунках, яка їх не влаштовує. Але вони побачили один одного і в обох регіонах значного поширення набула установка на пошук компромісу у міжрегіональному житті.

Приклад цієї серії ФП демонструє продуктивність якісних методів у вивченні міжрегіональних стосунків. Саме завдяки якісним дослідженням стало можливим зрозуміти стан суспільного дискурсу з цього питання. Зафіксовано, що тут немає єдиного дискурсу, а є порядок конфліктуючих дискурсів. Вони представлені як в Донбасі, так і в Галичині, але протилежні позиції переважно концентруються в полюсних регіонах. Стан географічних образів, що включений в дискурс про міжрегіональні стосунки, є свідченням про недостатню відрефлексованість України в свідомості її громадян. Абриси регіонів виглядають як нестабільні, пульсуючі. Насичені ж яскраві образи знов-таки сконструювані в політичному полі. Нейтральний понятійний апарат недостатньо засвоєний населенням. Так, поняття «регіон» є вузловою точкою лише в науковому дискурсі про міжрегіональні стосунки. Для більшості мешканців Донбасу та Галичини цей дискурс структурується через опозицію «народ–влада», яка є одним з виражень архетипової опозиції «ми–вони». Але це одночасно свідчить і на користь того, що полюсні регіони України через цю опозицію демонструють прагнення до зближення. В цілому ж, досліджуючи складну і неоднозначну проблему регіонального життя в нашій країні, треба поєднувати якісні та кількісні методи. Адже саме якісні методи дозволяють прояснити категорії самоопису життєвих сві-

тів в регіонах. Тим самим кількісні дослідження отримують певне щеплення від загрози артефактуальності результатів.



Література

1. *Белановский С. А.* Метод фокус-груп. – М.: Магистр, 1996.
2. *Берлянт А. М.* Карта – второй язык географии (Очерки о картографии). Книга для учителя. – М.: Просвещение, 1985.
3. *Дмитриева Е. В.* Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998.
4. *Жадан І. В.* Ціннісний вимір політичної культури в Україні // *Культура України: цілісність у регіональній різноманітності* : Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 листопада 2008 р. – К.: ДАКККіМ, 2008.
5. *Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж.* Дискурс-анализ. Теория и метод. – Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2008.
6. *Кононов І. Ф.* Жителі Донбасу: особливості культури і здатність до самоорганізації за умов суспільних змін (Аналізуючи матеріали фокусованих групових інтерв'ю) // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг.* – 2002. – №3. – С. 80–85.
7. *Кононов І. Ф.* Соціологія регіонів: предмет, методи и перспективи розвитку // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : Збірник наукових праць. – Харків: Харківський національний університет ім. В. Каразіна. – 2003.
8. *Кононов І. Ф.* Донбас та Галичина: від регіональних проєктів до загальнонаціональної перспективи розвитку / Кононов Ілля Федорович // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства.* Зб. наук. пр. – Харків: Харківський національний університет ім. В. Каразіна, 2007.
9. *Кононов І., Хобта С., Щудло С.* Донбас и Галичина в региональной системе Украины / Илья Кононов, Светлана Хобта, Светлана Щудло // *Социология: теория, методы, маркетинг.* – 2008. – №3. – С.73–98.
10. *Кононов І. Ф.* Культурні детермінанти взаємодії Донбасу та Галичини в регіональній системі України // *Культура України: цілісність у регіональній різноманітності.* Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 листопада 2008 р. – К.: ДАКККіМ, 2008.
11. *Кононов І. Ф.* Глобалізація: походження ризиків та можливість управляти ними // *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління* : Збірник наукових праць ДонДУУ. «Соціологія державного управління». – Донецьк: ДонДУУ, Східний видавничий дім, 2009.

12. *Костенко Н. В., Макеєв С. А.* Крымский конфликт: мораль против права // *Философская и социологическая мысль*. – 1991. – № 11. – С. 23–27.
13. *Лем С.* Солярис // *Лем С. Избранное*. – М.: Прогресс, 1976.
14. *Прикладная социология: учебное пособие* / Под ред. Ю. С. Колесникова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2001.
15. *Прохасько Т.* Вади українського імперіалізму // *Галицький кореспондент*. – 2008. – 24 січня.
16. *Семёнова В. В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: Добросвет, 1998.
17. *Скокова Л. Г.* Регіональна диференціація культурних пріоритетів і практик населення України // *Культура України: цілісність у регіональній різноманітності*. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 листопада 2008 р. – К.: ДАКККіМ, 2008.
18. *Сосюр Ф. де.* Курс загальної лінгвістики. – К.: Основи, 1998.
19. *Троцук И. В.* Теория и практика нарративного анализа в социологии. – М.: Изд-во Российского университета дружбы народов, 2006.
20. *Хобта С. В.* Региональные особенности в современном украинском обществе: Донбасс и Галичина // *Культура України: цілісність у регіональній різноманітності* : Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 листопада 2008 р. – К.: ДАКККіМ, 2008.
21. *Шампань П.* Манифестация: производство политического события // *Вопросы социологии*. – Том 1, №2. – М.: Адапт, 1992.
22. *Щудло С. А.* Цінність освіти в сучасній українській культурі: регіональний зріз // *Культура України: цілісність у регіональній різноманітності*. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ, 19 листопада 2008 р. – К.: ДАКККіМ, 2008.

Словник термінів

Регіон – основна субнаціональна територіальна одиниця індустріальних та інформаційних суспільств, що пов'язана з існуванням особливих територіальних спільнот, які формуються з локалізацією кластеру практик при освоєнні своєрідних геотерій. На рівні регіонів відбувається цілісна інтерпретація національної культури.

Просторовий оптимум суспільних практик – локус, в межах якого суспільні практики мають найбільшу ефективність. Вихід за межі просторового оптимуму робить певну суспільну практику неефективною, або і просто неможливою.

Територіальна спільнота – спільнота людей, що історично сформувалася при освоєнні певної території. В основі формування територіальної спільноти лежить формування потужного кластеру практик з різномасштабними просторовими оптимумами.

Регіональна система суспільства – різновид соціальної системи і аспект усіх інших соціальних систем сучасних суспільств (етнічної, соціально-класової, професійної, галузевої, демографічної та ін.). Регіональна система – продукт історичного становлення тієї чи іншої нації, її диференціації у відповідності до принципу просторового оптимуму суспільних практик. У культурному відношенні регіональна система є різновидом дискурсивних систем, а регіони є колективними позиціями у сукупності дискурсивних практик, що конституюють націю. Регіональні системи конституюються горизонтальними та вертикальними суспільними відносинами. Перші – це відносини між регіонами, другі – відносини між регіонами та центром.

Міжрегіональні відносини – сукупність усталених зв'язків між регіонами в межах регіональної системи. За типами зв'язків регіональні системи можуть бути поляризованими, багатоцентричними, моноцентричними.

Регіональна ідентичність – колективна рефлексивна структура самоотождоження територіальної спільноти, вирізнення своїх специфічних рис у порівнянні з іншими територіальними спільнотами в межах регіональної системи. Виникає як наслідок дискурсивних практик і має колективний та індивідуальний виміри.

Дискурс-аналіз в регіональних дослідженнях – теоретичні та методологічні настанови і обґрунтовані ними дослідницькі практики, спрямовані на вивчення регіональних та міжрегіональних дискурсів. В цих дискурсах встановлюється тимчасова часткова термінологічна закритість, а терміни, що використовуються для опису регіонального життя, набувають визначеності. Саме в регіональних дискурсах формуються регіональна ідентичність та регіональні проекти суспільного розвитку.

Порядок дискурсу про регіональну ідентичність – поєднання різних і часом конфліктних дискурсів в одному предметному полі визначення регіональної ідентичності. В межах строю дискурсу дискурси борються за гегемонію і впливають один на одного.

Контрольні запитання

1. Які чинники регіонального життя впливають на світ повсякденності в сучасних суспільствах?
2. Чому в сучасному світі регіони перетворюються на «точки скупання» інституціональних порядків?

3. Яким чином до аналізу регіонального життя можна застосувати дискурс-аналіз?
4. Чи можна говорити, що в дискурсивних практиках Донбасу та Галичини склалися відмінні проекти суспільного життя в Україні?



Теми рефератів

1. Регіон як життєвий світ.
2. Дискурсивні практики у визначенні регіональних ідентичностей. Колективні та індивідуальні ідентичності в регіоні.
3. Донбас та Галичина: порівняння життєвих світів та суспільних проектів.
4. Центр в уявленні мешканців українських регіонів.

Додаток

ГАЙД ФОКУСОВАНОГО ГРУПОВОГО ІНТЕРВ'Ю в межах наукового проекту “Україна: образи регіонів та міжрегіональні стосунки”

Шановні учасники фокус-групи! Ми, науковий колектив львівських і луганських соціологів, запросили вас для обговорення дуже важливої для нашої країни проблеми міжрегіональних стосунків. Ми давно вже займаємося цією темою, здійснили кілька опитувань. Проте і досі багато чого в цій проблемі залишається незрозумілим. Передусім це стосується того, якого значення надають люди стосункам між Сходом і Заходом України, перш за все відносинам між Донбасом і Галичиною. Без такого розуміння важко скласти уявлення про поведінку людей у цих регіонах, прогнозувати їхні майбутні взаємини.

Просимо бути щирими у своїх відповідях. Ми маємо суто наукові цілі. Підкреслю, що ми не виконуємо замовлень політичних сил або комерційних структур. Але по завершенню дослідження ми зробимо все можливе, щоб ваші голоси були почуті через наші публікації.

ФГІ буду вести я. Спеціальною мовою це означає, що я буду модератором. Мене звуть Кононов Ілля Федорович. Я доктор соціологічних наук, професор, завідувач кафедри філософії та соціології Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка.

Під час ФГІ проводитимуть відеозапис та запис на диктофон. Ці записи будуть використовувати лише з науковою метою.

У перебігу ФГП можна сперечатися, але бажано говорити по черзі, адже в іншому разі важко буде працювати із записами.

Тепер, будь ласка, на паперових табличках чітко напишіть свої П.І.П. і поверніть їх до оператора.

Тепер коротко представтесь: хто Ви, де працюєте.

1. В останні роки (після 2004 р.) у пресі інколи обговорюють ситуацію, яка може виникнути після розколу України по Дніпру на дві держави. Деякі автори навіть пишуть про можливість утворення декількох держав. На Вашу думку, така ситуація можлива в реальності? Як Ви особисто ставитесь до такої перспективи? Будь ласка, аргументуйте свою точку зору.
2. Чи є частини України/регіони, мешканцям яких важко знайти між собою спільну мову? Якщо цього немає, то звідкіля взялися поширені думки про це? Якщо ж це є, то чому склалася така ситуація? Які питання роз'єднують мешканців різних регіонів?
3. Що таке регіон? Яку роль регіони відіграють в житті сучасної України? Скільки регіонів Ви можете назвати?
4. Як ви розумієте: що таке Східна Україна? Які області входять до її складу? Яке місце в Східній Україні посідає Донбас?
5. Яка роль Донбасу в Україні загалом? Чи можна вважати, що він нав'язує свою волю мешканцям інших регіонів? Якою вам бачиться специфіка цього регіону?
6. Чи доводилося Вам особисто бувати на Донбасі? Якщо бували, то розкажіть про свої враження. Чим донбасівці відрізняються від галичан, а в чому жителі цих регіонів схожі між собою?
7. Яке місце в Україні посідає Галичина? Чи не намагається і цей регіон накинати свою волю мешканцям інших регіонів країни? Якими Вам бачаться характерні риси Галичини?
8. Яким чином і в якому напрямі центральна влада (Президент, Верховна Рада, Кабінет Міністрів) впливають на стосунки Сходу і Заходу України, Галичини і Донбасу? Чи зацікавлена центральна влада в нормалізації цих стосунків?
9. Хто з політичних діячів, які з політичних партій та інших організацій сприяють порозумінню між Донбасом і Галичиною, а які заважають цьому?
10. Якими, на Вашу думку, мають бути стосунки між Донбасом і Галичиною? Що для цього потрібно зробити?

Лекція 15

ТРУДОВА МІГРАЦІЯ: АНАЛІЗ ЖИТТЄВОГО ДОСВІДУ

Актуальність досліджень трудової міграції

Трудова міграція є різновидом соціальної міграції і являє собою процес масового переміщення індивідів з однієї території на іншу з метою працевлаштування і тривалого проживання. Трудові міграції бувають внутрішніми (відбуваються в межах однієї країни) і зовнішніми (одна з країн постає як країна-донор робочої сили для країни-рецепієнта), легальними (перебування і працевлаштування мігрантів має законну силу) і нелегальними (трудові мігранти перебувають поза законом).

Трудові міграції характеризуються значним масштабом, інтенсивністю, інноваційним характером, різноманітністю і несподіваністю життєвих колізій. Для соціології в цьому зв'язку виникає низка важливих теоретичних проблем: передбачення трудової міграції; механізми її здійснення; демографічні наслідки, ставлення держави до міграційних процесів та їх регулювання, вивчення суміщення різних культур тощо (*Елсуков*, 1998: 231–234).

У сучасному світі трудова міграція майже завжди супроводжується негативними соціальними наслідками – як для країн-донорів (втрата активних верств населення, занепад невеликих населених пунктів, трансформація сімейних відносин, криза етнічної ідентичності тощо), так і для країн-рецепієнтів (руйнація цілісності соціокультурного простору, загострення етнічних і соціальних конфліктів тощо). Відтак актуалізується потреба в соціологічному аналізі тенденцій сучасних міграційних процесів з метою створення наукової бази для формування адекватної міжнародної політики в міграційній сфері.

Дослідження трудової міграції: традиції та перспективи наукового пошуку

Два основні підходи до вивчення трудової міграції. У соціологічних дослідженнях трудової міграції виокремлюють два підходи. За *об'єктивістського* підходу міграцію розглядають як цілісний феномен, об'єктивне «вимушене» явище, що виникає в контексті різноманітних соціальних процесів (глобалізації, стратифікації, обміну діяльностей і здібностей, соціально-інформаційних тощо) і є ними зумовленим. Цей підхід передбачає вивчення процесів і явищ на *макрорівні* з застосуванням *кількісних методів* (аналіз документів, опитування). Наголос при цьому роблять на особливостях впливу різного роду системних змін (у тому числі тих, що стосуються сфери соціальної політики чи ринку праці) на перебіг міграційних процесів.

За *суб'єктивістського* підходу трудова міграція постає як результат добровільної відмови конкретного індивіда від стабільного способу життя на користь кардинальних змін. У цьому разі аналіз явища здійснюється на *мікрорівні* за допомогою *якісних методів* (глибинне інтерв'ю, аналіз особистих документів, спостереження). Актуальним тут убачається вивчення життєвих стратегій трудових мігрантів, основних перешкод і загроз у їхньому житті, пов'язаних із цим вибором, рішеннями, надіями і сподіваннями (*Baganha, Marques, Gois, 2004: 23–41*).

Вибір дослідником методологічного підходу до вивчення феномену трудової міграції визначає перспективу самого дослідження. Якщо соціолог планує працювати в рамках *об'єктивістського* підходу, це свідчить про його бажання аналізувати *макропроцеси*, наприклад, соціально-стратифікаційні аспекти функціонування сучасного економічного простору. Коли застосовують *суб'єктивістський* підхід, більшої уваги приділяють вивченню переживань, досвіду, почуттів трудових мігрантів, їхніх практик.

Особливості застосування якісної методології у фундаментальних дослідженнях трудової міграції. Пошукові можливості якісних методів за вивчення соціальних міграцій починають цікавити дослідників на початку ХХ століття. Саме в цей період соціологам, що належали до чиказької школи, вдалося обґрунтувати доцільність використання якісних методів у вивченні соціальних груп в урбаністичному контексті. В першу чергу йдеться про дослідження У. Томаса і Ф. Знанецького «Польський селянин в Європі і в Америці» (*Thomas, Znaniecki, 1958*). Мета цієї праці полягала у вивченні дезорганізації традиційної спільноти під впливом різких соціальних змін в умовах міграції. Дослідники на-

магалися з'ясувати, чому певна соціальна цінність (життя в Америці) суттєво вплинула на одних суб'єктів і не мала такого впливу на інших. Автори вважали, що неможливо науково відповісти на це запитання доти, доки не стане відомо про колишню практику конкретних індивідів, даної спільноти і цілого суспільства (Польщі). Це потребувало аналізу щоденної практики поведінки польських селян до і після міграції. Тож упродовж кількох років дослідники збирали *особисті документи* поляків (листи, життєописи, публікації у пресі). Вони намагалися досліджувати феномен шляхом аналізу різнохарактерної інформації про практику селянського життя на момент міграції (Семенова, 1998: 40–41). У такий спосіб було започатковано так званий *біографічний метод* («історія життя») як спосіб проведення якісного дослідження.

Зазначена праця мала не так прикладний, як фундаментальний характер, позаяк була орієнтована на розв'язання наукових, а не лише практичних завдань. Одним із її результатів стало обґрунтування в подальшому можливості застосування *методу аналітичної індукції* в аналізі якісних даних соціологічного дослідження. Метод аналітичної індукції в сучасній соціології нерідко критикують за його суб'єктивність і складність застосування; зрештою, це визнавали і самі автори «Польського селянина...» (див.: Томпсон, 1994: 52). Попри це, він залишається актуальним і може давати добрі результати за умови адекватного застосування.

Інший метод, який використовують у дослідженнях трудової міграції, має назву «*метод соціальних генеалогій*». Ідеться про особливу тактику проведення дослідження («історія сім'ї»), коли дії соціолога скеровані на здійснення реконструкції історії певної сім'ї з метою виявлення характерних для конкретного історичного часу особливостей соціальної, поселенської та трудової мобільності. Вважають, що застосування методу соціальних генеалогій сприяє отриманню досить об'єктивної інформації, адже в цьому разі поєднуються переваги як кількісних, так і якісних методів. Одним з ініціаторів методу соціальних генеалогій є французький дослідник Даніель Берто. На початку 90-х років ХХ століття соціолог висловив міркування щодо необхідності досліджень різких соціальних трансформацій у щойно сформованому пострадянському просторі. Він вважав безвідповідальним беззастережне нав'язування Заходом іншому суспільству, яке має свої власні цінності та культурну модель, матрицю соціальних (ринкових) відносин, і не раз озвучував свою позицію публічно. Як наслідок виник спільний із російськими соціологами проект «Культурна модель російських народних мас і ви-

мушений перехід до ринку» (з російського боку керівництво проектом здійснювала М. Малишева). В його рамках відтворено історію сімей шляхом проведення глибинних інтерв'ю з представниками кількох поколінь. Аналіз різнорідних фактів і виявлення зв'язку між ними дав змогу виявити основні логічні класи – культурні моделі переходу до ринкових відносин. Таким чином, було зроблено цікаву спробу проаналізувати наслідки процесу масової міграції російських селян із села в місто, що мав місце в період 1930–1990-х років (*Берто, Малышева, 1994: 94–146*).

Значний внесок у розвиток якісної парадигми зроблено німецькими дослідниками трудових міграцій, які активно застосовують *метод сходження до теорії*, запропонований свого часу Б. Глейзером і А. Штраусом і творчо розроблений Ф. Шюце. Соціологи намагаються поєднувати аналіз об'єктивних характеристик життя індивіда і суб'єктивних значень, які він надає своєму життєвому досвіду. Для наукових розвідок німецьких соціологів характерним є підвищений інтерес до матеріалів, що відтворюють минуле, до *особистого* досвіду участі індивіда в соціальних процесах. Засадничим джерелом тут стають матеріали автобіографічного нарративного інтерв'ю – спонтанного оповідання, яке являє собою свого роду реконструкцію плину життя і має на меті передати сприйняття послідовності подій, характерних для життєвого досвіду індивіда, типи перебігу біографій у певній спільноті (*Скокова, 2004: 116–136*). На цій основі будується міні-теорія, яка пояснює дії, взаємодії та процеси.

Так, одне з найбільших за останні роки фундаментальних досліджень трудової міграції та її впливу на життя індивіда – «Життя у світі тіней: комплекс проблем нелегальної міграції» – проведене саме в Німеччині під керівництвом Й. Альта. Конкретні життєві ситуації в ньому розглянуто як форми вияву феномену нелегальності. На основі різноманітних джерел інформації (основними з яких є 30 глибинних інтерв'ю з нелегальними мігрантами, що проживають у Мюнхені) зібрано багатоаспектні дані про конкретні події, дії та соціальні відносини. Конструюванню образу нелегальності передують групування і пов'язування різнорідних даних в узагальнені категорії, що в кінцевому результаті дозволяє репрезентувати авторське бачення природи нелегальної міграції. Ідучи «від одиничних висловлювань до конструкції навколишнього поля і типів», автор доходить висновку, що шлях у нелегальність постає як результат «втрати біографії» (*Alt, 2003: 65–84*). Позаяк життя в нелегальності супроводжується постійними ризиками і загрозами, в дослідженні глибоко проаналізовано основні стратегії безпеки сучасних нелегалів –

використання соціальних контактів, купівля відповідних документів, фіктивний шлюб, створення структур самозахисту тощо (Alt, 2003: 163–173). Велику увагу приділено вивченню особливостей появи і функціонування контактних соціальних мереж, які формують так звану робочу мережу (приватну, комерційну, кримінальну) і є одним із найвагоміших чинників, що уможливають трудову міграцію (Alt, 2003: 287–289).

Розвиток якісної методології в сучасних прикладних дослідженнях трудової міграції. Більшість сучасних досліджень трудової міграції мають прикладний характер, дедалі частіше демонструючи тенденцію до одночасного застосування кількісних і якісних методів. При цьому основний акцент роблять лише на одному з підходів. Інакше кажучи: кількісні дані лише *доповнюються* якісними (або навпаки). Одне з таких досліджень – «Міграція та її вплив на ринок праці в Польщі» – було виконано під керівництвом І. Ігліцкої на початку 2000-х років у Польщі.

Основним методом дослідження міграційних впливів був метод описування з подальшим застосуванням процедури двовимірного аналізу. Це було зроблено з метою виявлення основних типів зв'язків між певним сектором економічного простору і соціально-демографічними характеристиками трудових мігрантів. Отримані результати показали, що до сектора «інтенсивного капіталу» зазвичай заангажовують кваліфікованих (переважно технічних) працівників, пропонуючи їм умови праці, аналогічні тим, які вони мали у себе вдома; етнічне походження при цьому може бути щонайрізноманітнішим, тобто чинник етнічної приналежності не є визначальним для роботодавців. Натомість у секторі «інтенсивної праці» роботу отримують ті мігранти, які не мають високої кваліфікації (в тому числі без спеціальних умінь і навичок), а часто і легального статусу, отож можуть розраховувати лише на важку, монотонну працю (так звані емігрантські роботи). При цьому спостерігається виражений зв'язок між етнічною приналежністю трудового мігранта і престижністю пропонованого місця праці: дослідники фіксують залучення мігрантів із країн колишнього Радянського Союзу переважно до сектора «інтенсивної праці» (Iglicka, 2003: 40–50). Водночас у тій частині дослідження, яка мала на меті відстежити перспективи повернення мігрантів на батьківщину, було застосовано якісний метод (глибинні інтерв'ю з сотнею мігрантів, які повернулися до Польщі з Великобританії, США і Німеччини). Це дало змогу з'ясувати, що мотиви повернення мігрантів із США і Німеччини були сентиментального і раціонального характеру, а з Великобританії, радше, інноваційного (*State of the Art of the Migration Research in Poland*, 2007: 45).

Що ж стосується нових тем, які приваблюють дослідників трудової міграції, то тут можна відзначити такі: міграція жінок і дітей, міжетнічні відносини між спільнотою трудових мігрантів і «домінантним» соціумом, діяльність мігрантів у галузі спорту (так звана спортивна трудова міграція), традиційні трудові міграції з сучасної перспективи тощо; характерною також є поява дедалі більшої кількості міждисциплінарних досліджень у зазначеній сфері (*State of the Art of the Migration Research in Poland*, 2007: 36). Як приклад, у дослідженні процесів розвитку і трансформації сучасної сім'ї, яке здійснювали португальські соціологи з застосуванням методу глибинного інтерв'ю, увагу було зосереджено на виявленні різноманітних моделей «жіночої самопожертви» в середовищі трудових мігранток із Східної Європи. Вдалося встановити, що «жертвону» поведінку жінок зазвичай підтримують чоловіки. Останні вважають цілком виправданим виїзд жінки (дружини, матері) за кордон з метою заробітків і утримання родини. Натомість самих жінок така ситуація зазвичай бентежить – їм дуже важко продовжувати відігравати звичні гендерні ролі та зберігати міцні стосунки в родині після перетворення з господині на годувальницю. Можливо, саме тому трудові мігрантки, яким понад 25–30 років (із числа тих, що давали інтерв'ю), здебільшого, є розлученими: сімейне життя не склалося, і це спонукало їх до пошуку «інноваційних траєкторій». Утім, зафіксовано й випадки, коли відстань зміцнює родину, посилюючи її інтеграційні ресурси (*Weber*, 2004: 41–71).

Якісний вимір феномену української трудової міграції: реалії та потреби. Україна вже тривалий час є залученою у глобальні міграційні процеси, які особливо інтенсифікувалися на початках 1990-х років після розпаду Радянського Союзу. Економічні негаразди того періоду змусили українців самостійно шукати нові джерела доходу для себе і своєї сім'ї. Одним із найефективніших способів виживання виявилася трудова міграція за кордон (*Прибиткова*, 2002: 156–157). Відтак сучасне західне суспільство постало як простір нової української міграції.

Сьогодні Україна залишається донором робочої сили для більшості країн Європейського Союзу. При цьому існує велика кількість міфів щодо життя українців у країнах їх перебування. Не в останню чергу це зумовлено тим, що сучасні дослідники все ще недостатньо враховують роль особистісних чинників соціальної мобільності. Отже, на «авансцену» виходять питання методологічного характеру, зокрема, ті, що стосуються виявлення евристичного потенціалу якісного методу у вивченні аспектів трудової міграції, пов'язаних зі змінами в системі цінностей,

переконань, настанов і норм поведінки трудового мігранта і які є предметом його особистого вибору.

Під зазначеним кутом зору розглянемо матеріали соціологічного дослідження в рамках проекту «Оцінка і визначення потреб та можливостей діяльності МБФ «Карітас України» в міграційній сфері», здійсненого у 2007–2008 роках Міжнародним благодійним фондом «Карітас України» у співпраці з Інститутом народознавства НАН України (за участю автора). Окремі результати дослідження подано в низці публікацій (див., напр.: *Іванкова-Стецюк*, 2009: 123–190), (*Ivankova-Stetsiuk*, 2009: 54–57).

Якісні методи у вивченні життєвих стратегій сучасних українських трудових мігрантів: матеріали дослідницького проекту

Дослідження «*Особливості процесу інтеграції українських трудових мігрантів у Європейську спільноту*» було сфокусовано на проблемі культурної диференціації та скеровано на вивчення варіативності індивідуального вибору українських трудових мігрантів під час їх перебування за кордоном на заробітках. Застосовано тактику «*історії життя*», яка передбачає поступове проходження дослідником кількох етапів, а саме: фіксація елементів об'єктивного досвіду з позначенням етапів життєвих циклів і подій; збирання детальної інформації про контекст важливих подій і формування набору окремих історій; організація історій, які стосуються окремих подій життя, навколо загальних тем і вибудовування епізодів індивідуального життя; фокусування на розкритті змісту окремих історій (*Семенова*, 1998: 92–93).

Збирання даних здійснювалося методом *глибинного (напівструктурованого) лейтмотивного інтерв'ю* з українськими трудовими мігрантами у країнах їх перебування (Чехія, Польща, Росія, Португалія, Іспанія, Італія). Такий вибір було зумовлено потребою виявити механізми виникнення соціальних зв'язків трудових мігрантів у новому соціумі, нових агентів їх соціалізації; специфіку нових інтересів, потреб, прагнень; особливості формування нових соціокультурних середовищ тощо.

Було застосовано стратегію «*снігового валу*»: передбачалося, що збирання інформації відбуватиметься до отримання порогу насичення, коли кожне наступне інтерв'ю вже не даватиме нічого принципово нового в контексті дослідницьких завдань (розповідачів-мігрантів розглядали як цілісну спільноту безвідносно до такої ознаки, як країна перебування). Враховуючи складнощі в організації польового етапу дослідження за

кордоном (жорсткі часові та фінансові обмеження, проблеми з пошуком «посередників», «закритість» значної частини потенційних розповідачів, особливо нелегалів, тощо), учасники дослідницької групи взяли інтерв'ю у представників спільноти українських мігрантів у кожній із країн, передбачених проектом. Тому частину інтерв'ю проводили вже після досягнення порогу насичення, адже не було впевненості в тому, що цього порогу досягнуто.

У результаті було отримано близько 100 *індивідуальних життєвих історій*, у яких знайшли відбиття різноманітні способи виконання соціальної ролі мігранта. Далеко не всі мігранти, у яких вдалося взяти інтерв'ю, виявляли схильність до саморефлексії, тож за аналізу даних довелося спиратися на найінформативніші розповіді (таких виявилось близько 30).

Лейтмотивом інтерв'ю є історія зміни життя індивіда внаслідок його трудової міграції за кордон і взяття на себе нової соціальної ролі. В кожній історії присутній об'єктивний соціокультурний контекст процесів, до яких був залучений мігрант. Гайд інтерв'ю було структуровано у формі таблиці, ліва колонка якої містить загальні запитання й орієнтовні підпитання в їх межах. Права колонка слугувала орієнтиром інтерв'юеру у процесі роботи, акцентуючи ті моменти, на які слід звертати увагу в першу чергу (див. табл. 1).

Таблиця 1

**Фрагмент гайду глибинного інтерв'ю дослідження
«Особливості процесу інтеграції українських трудових мігрантів
у європейську спільноту»**

Темі інтерв'ю, загальні запитання й орієнтовні підпитання	Що слід з'ясувати ?
<p>Тема 2. Схеми виїзду</p> <p>Загальне запитання</p> <p>Яким чином Ви тут опинилися, хто Вам допоміг у цьому?</p> <p>Підпитання</p> <p>2.1. Як і в чому допомогли Вам родичі (друзі) в питаннях виїзду за кордон на заробітки?</p> <p>2.2. Чи доводилося Вам мати справу з трудовими агентами (рекрутами). Наскільки ефективною була їхня допомога?</p> <p>2.3. Чи щось відомо Вам про діяльність із працевлаштування мігрантів українських так званих туристичних агенцій?</p> <p>2.4. Чи можливо знайти роботу за кордоном самостійно? Як зазвичай це відбувається?</p>	<p>Процедурні моделі виїзду:</p> <ul style="list-style-type: none"> • легальність/нелегальність виїзду; • механізми посередництва; • одноразовість/багаторазовість виїзду

Закінчення табл. 1

<p>Тема 7. Плани і перспективи</p> <p>Загальне питання Вийджаючи за кордон на роботу, Ви переслідували певні цілі? Наскільки Вам удалося їх реалізувати? Чи щось змінилося у Ваших життєвих настановах за час перебування за кордоном і як Ви тепер бачите своє майбутнє?</p> <p>Підпитання</p> <p>7.1. Чи плануєте Ви налагоджувати (надалі) контакти тут/в Україні для реалізації якихось проєктів? Чим зумовлені такі Ваші плани?</p> <p>7.2. Чи вдалося Вам якимось чином об'єднати свої зусилля щодо поставлених цілей (для боротьби з перешкодами з їх реалізації) з Вашими земляками тут і/або в Україні?</p> <p>7.3. Чи маєте Ви якісь контакти, пов'язані з роботою, в Україні? Яких змін в Україні Ви очікуєте, щоб Ваше повернення стало реальним і можливим?</p> <p>7.4. Як часто Ви почуваетесь щасливими? Що потрібно для того, щоб це було частіше?</p>	<p>Перспективи повернутися в Україну/залишитися за кордоном (у тому числі налагодження бізнес-контактів в Україні, запуск і реалізація спільних міжнародних соціальних і бізнес-проєктів, відкриття власної справи за кордоном тощо).</p> <p>Загальне бачення своїх перспектив. Мотиви вибору певної перспективи.</p> <p>Можливості спільноти заробітчан у контексті реагування на зовнішні загрози, задоволення поточних потреб і досягнення перспектив.</p> <p>Перспективи повернення в Україну.</p> <p>Соціально-психологічний стан на момент інтерв'ю (загальна оцінка).</p>
---	--

Моделі інтеграції українського трудового мігранта в європейську спільноту. За аналізу першої партії інтерв'ю дослідники виявили кілька очевидних зв'язків між способами взаємодії трудових мігрантів із суспільством країни перебування й особливостями їх соціокультурних ідентичностей. Було висунуто попередню гіпотезу про існування чотирьох основних моделей інтеграції українських трудових мігрантів у європейську спільноту і виокремлено основні категорії аналізу. При цьому соціологи виходили з такого.

Сьогодні Західна Європа являє собою мультикультурну спільноту, що є наслідком тривалих міграційних процесів, інтенсивність яких постійно зростає. В цьому контексті виокремлюють *системну* інтеграцію, що відбиває відносини між локальною соціальною спільнотою і різними частинами соціетальної системи (її інститутами і культурою), і *соціально-індивідуальну* інтеграцію, що стосується системи індивідуальних і колективних акторів, взаємного проникнення їх форм і цінностей. Процеси інтеграції як окремого індивіда, так і спільноти в цілому є тісно пов'язаними з процесами акультурації, точніше – з її чотирма типами, а саме:

- *соцістальною інтеграцією*, яка передбачає збереження оригінальної ідентичності та культури всіма спільнотами, що взаємодіють, поряд із створенням нових міжкультурних форм спільного співіснування;
- *маргіналізацією* як втратою спільнотою оригінальної ідентичності та культури поряд із відсутністю розвинених міжкультурних контактів;
- *асиміляцією*, пов'язаною із втратою спільнотою оригінальної ідентичності та культури поряд із розвитком міжкультурних зв'язків;
- *сепаратизацією*, що виявляється в запереченні спільнотою і контактів з іншими, і культури домінантного суспільства для збереження оригінальної культури (Куценко, 2008: 147–148).

Ці типи акультурації можна розглядати не лише як імовірнісні моделі міжкультурних взаємодій між досліджуваною спільнотою українських трудових мігрантів і домінантним соціумом, а й як моделі життєвої стратегії, ініційованої та реалізованої представниками цієї спільноти. Тому отримані за допомоги глибинних інтерв'ю дані було організовано шляхом співвіднесення емпіричних результатів до таких узагальнених *категорій аналізу*: «активна взаємодія з домінантним соціумом»; «пасивна взаємодія з домінантним соціумом»; «збереження первинної ідентичності»; «втрата первинної ідентичності». В такий спосіб було здійснено первинну *класифікацію* даних.

Наступним етапом наукового пошуку була *субкатегоризація* даних, тобто виявлення умов і обставин, що розкривають характер вияву кожної з категорій за певних умов. Як результат викристалізувалась аналітична схема, яку подає табл. 2.

Наведемо приклад аналізу висловлювань про особливості соціальної інтеграції українських трудових мігрантів на основі фрагментів інтерв'ю з Н., українською трудовою мігранткою у Празі (Чехія).

«Спочатку мама поїхала, а через місяць мене забрала. Тобто я приїхала сюди, щоб підзаробити копійку, щоб довчитися і т. д. І тут уже залишилася стільки років. Зразу, звичайно, було важкувато. Не було документів, були трошечки «на чорно». Потім зробили собі річну візу. Настільки звикли тут, що не знаємо, що робиться вдома. Можна сказати, що вся родина тут. Залишилася тільки молодша сестра і бабуся вдома. А решта: мама, сестра тут навчається – закінчила середню школу, вступила в медичний коледж...».

Таблиця 2

**Категорії та субкатегорії на основі аналізу глибинних інтерв'ю
з українськими мігрантами у країнах їх перебування**

Категорії аналізу	Субкатегорії
Активна взаємодія з домінантним соціумом	Наявність постійного місця праці Поступова легалізація перебування Покращення кваліфікаційних характеристик Пошуки кращих умов праці Шлюбні практики з громадянами країн перебування Формування нових середовищ спілкування Входження в міжнародні контактні «соціальні мережі»
Пасивна взаємодія з домінантним соціумом	Обмеженість кола спілкування Нелегальність перебування і/або працевлаштування Тісні етно-соціальні зв'язки з батьківщиною Регулярні переривання перебування («чартер») Скерованість на розв'язання конкретних завдань Низький рівень кваліфікації Безініціативність у пошуках нових можливостей
Збереження первинної ідентичності	Збереження традиційних культурних практик Дотримання сімейних традицій Підтримка контактів із земляками
Втрата первинної ідентичності	Глибоке занурення в іншомовний простір Перебування поза земляцтвом.

«Проводимо тут багато українських вечорів з українською музикою, українські забави робимо. Плануємо до 14 жовтня – до Покрови – вечір український зробити. Робили на Різдво вечір, який нам найкраще вийшов, поприходило багато людей з української ініціативи, були люди з журналу «Пороги». Не планували, що стільки людей прийде, маленький ресторанчик – 40 місць, прийшло 60 людей: хто де міг, там і сів. Ми всіх прийняли, зробили безкоштовно для кожного тарілочку куті. Наші страви були, музика...».

Категоризація:

- активна взаємодія з домінантним соціумом (поступова легалізація перебування за кордоном; формування нових середовищ спілкування);
- збереження первинної ідентичності (підтримка традиційних культурних практик).

Класифікацію даних здійснено з метою створення передумов подальшої побудови залежностей між окремими субкатегоріями. На момент побудови номінальної шкали субкатегорій виявилися підстави для часткового підтвердження первинної гіпотези про існування чотирьох моделей інтеграції трудових мігрантів у новий соціум (умовно: соціальна інтеграція, маргіналізація, асиміляція, сепаратизація), позаяк мав місце виражений взаємозв'язок між відповідними групами субкатегорій. Підтвердити ж гіпотезу цілком завадила наявність певних варіацій, відхилень, які, з одного боку, демонстрували відсутність зв'язків між певними субкатегоріями в межах виокремлених груп, а з іншого – вказували на наявність їх (зв'язків) лише всередині цих підгруп. Зокрема, вдалося легко виявити значну частку інтерв'ю, в яких начебто активні контакти з домінантним соціумом були досить поверхневими. Такого роду поверхневість виражалася у два способи:

- у відсутності глибокого вкорінення мігранта в конкретний соціум за наявності великої кількості соціальних контактів на тлі прагнення подальшого пошуку кращої долі поза межами країни виходу;
- у регулярному перериванні індивідом свого перебування за кордоном (тривалі поїздки додому), попри виражену вкоріненість у соціум країни перебування (наприклад, наявність постійного місця праці вже тривалий період).

Фрагменти інтерв'ю з Г., українською трудовою мігранткою у Празі (Чехія): *«Це відбулося 7 років тому...Моя сусідка працювала з чоловіком у Чехії... Вони зробили мені виклик..., влаштували на роботу, влаштували житло».*

«А потім мені захотілося заробити швидко, багато... Моя однокурсниця працювала в Німеччині, виявляється, кілька років, і досить успішно працювала. Вона вирішила допомогти мені заробити гроші. В неї там були знайомі, і вона організувала мені поїздку в Німеччину».

«Потім ще раз зібралася їхати в Німеччину. До речі, в Німеччині я працювала в італійській сім'ї, і власниця цього ресторану... сказала мені: «Знаєш, ти їдь в Італію, вас багато в Італії, Італія найкраща для того, щоб узагалі працювати...Ну, і подруга, знову ж таки та, запропонувала мені Італію, запропонувала людину, що доставить мене в Італію, влаштує на роботу. І влаштувала! Я працювала, я доглядала маленького хлопчика, йому було 1,5–2 роки. Це дуже гарна сім'я, дуже гарно до мене ставилася».

«Я вже притерлася тут, стільки часу по закордонах!.. До речі, за кордоном я себе відчуваю більше людиною, ніж вдома».

Фрагменти інтерв'ю з Е., українською трудовою мігранткою у Варшаві (Польща): *«Зараз ми так втерлися з нею (хазяйкою, в якій працює жінка хатньою робітницею. – Авт.), що вона мене собі дуже сподобалася, увійшла я в неї в довіру у фінансах і по всьому. Вона має дві дочки. І дочкам її я теж сподобалася, і вона мені зробила візу таку, на рік, що я можу бути... З поворотом... То вони кажуть: якось ми порадимо три місяці, але чекаємо пані назад...».*

«Я не стараюся ніколи, щоб у мене на паспорті був депорт. Я ... виїжджаю і повертаюся назад. Тих три місяці, що я маю відбутися тут, 90 днів, я відбуваю, але хотіла б я бути так, щоб... Не знаю, зараз мені зробила пані моя запрошення... Річне. Але як то я маю право тут перебувати, то я і сама не знаю. Чи я далі маю право бути, два рази по три місяці на рік, чи я можу тут бути цілий рік? То я не знаю».

«Щоби переїхати, перетнути кордон, то є дуже тяжко, страшенний, страшенний страх. Бо хочеться поїхати хоча б на ті 90 днів, на тих три місяці. А вони можуть поставити візу і 5 днів, і 20 днів, і як їм забажається. І так людина їде з таким страшним страхом, так переживає!».

Виявлення означених відхилень зумовило потребу повернутися до вихідних даних, тому було зроблено ще одну спробу вибудувати систему зв'язків між субкатегоріями. На цей раз виокремлено вже не чотири, а шість типів зв'язків і отримано шість остаточних кластерів – орієнтовних «сценаріїв» життя індивіда після його міграції за кордон (інакше кажучи – актуальних моделей інтеграції українських трудових мігрантів у європейську спільноту), що демонструє наведений нижче рисунок.

Виокремлені моделі утворюють дві класифікаційні групи, кожна з яких містить три моделі.

1. Моделі «позитивної» інтеграції

«Асиміляція»: модель, що відповідає найвищому ступеню інтеграції мігранта в суспільство країни перебування. Для цієї моделі характерне прагнення трудового мігранта якомога швидше «розчинитися» в «іншому» соціумі, перетворивши його на «свій».

«Діаспора»: модель, яка означає досить високий ступінь інтеграції мігранта в суспільство країни перебування. Для неї характерне прагнення трудового мігранта стати повноправним членом «іншого» соціуму і, водночас, бажання зберегти свою національну (етнічну) ідентичність.



Рис. Схема актуальних моделей інтеграції українських трудових мігрантів в європейську спільноту

«Транзит»: модель, що відповідає низькому ступеню інтеграції мігранта в «чужий» соціум за відсутності мотивації повернення і бажання зберегти власну національну (етнічну) ідентичність. Характерним для цієї моделі є невдоволеність своїм життям на даний момент і бажання його покращити шляхом зміни країни свого перебування за кордоном.

2. Моделі «негативної» інтеграції

«Маятник»: модель, що відповідає низькому ступеню неінтеграції мігранта в суспільство країни перебування, тобто за загальної відсутності тенденції до інтеграції в «чужий» соціум має лише її (інтеграції) певні ознаки. Основна характеристика моделі полягає в *періодичному* перериванні перебування на заробітках на нетривалий час із подальшими виїздами/в'їздами.

«Гетто»: модель, що відповідає досить високому ступеню неінтеграції мігранта в суспільство країни перебування, його відчуженість; можливість остаточного повернення на батьківщину не розглядається як реальна перспектива.

«Повернення»: модель цілковитої неінтеграції мігранта в «чужий» соціум, скерованість мігранта на якомога швидше повернення у країну громадянства. Повернення може здійснюватися і внаслідок крайнього розчарування, і як результат виконання певної «місії».

Рівень інтеграції/неінтеграції індивіда в новий соціум може бути значним, середнім і низьким. Окрім того, всі моделі мають альтернативний, протилежний варіант: «Асиміляція» – «Повернення»; «Діаспора» – «Гетто»; «Транзит» – «Маятник» (табл. 3).

Таблиця 3

Моделі інтеграції трудових мігрантів у «чужий» соціум і типи соціальної поведінки

Рівень інтеграції/неінтеграції	Модель інтеграції	Тип соціальної поведінки	Модель неінтеграції	Тип соціальної поведінки
Значний	«Асиміляція»	Дистанціювання від минулого	«Повернення»	Самозбереження
Середній	«Діаспора»	Самозбереження	«Гетто»	Конформізм
Низький	«Транзит»	Дистанціювання від минулого	«Маятник»	Амбівалентність

Наведемо фрагменти ілюстративного матеріалу.

Модель «Асиміляція».

Занурення в іншомовний простір:

«Я інтенсивно почав вивчати португальську мову. Вже через рік я міг пояснити (сміх), міг добитися того (сміх), навіть захистити себе., якщо після ресторану пішов на будову. ...було тут дуже багато моментів, коли наших співвітчизників просто не захистили. Вони не могли елементарно добитися свого, своїх прав, захистити себе, оскільки не могли пояснити. Власне, я потрапив у таку важку ситуацію і мусив ночами сидіти перекладати ті заяви українською, щоби себе захистити».

«Коли я вчив мову, почав покращувати і своє матеріальне становище... Тому що вже міг роботу знайти кращу і в принципі я задоволений тим, що знайшов непогану роботу».

Формування нових середовищ спілкування:

«Я просто знайшов тут нове життя. Познайомився з дівчиною, і це... сформувало те, що я вже тут трансформував своє життя, вже звик до того життя і, маючи на Україні батьків, яких я дуже люблю., мені важко буде повертатися в Україну...Познайомився з дівчиною... через таку організацію благодійну – «Віра і Світло»... У процесі нашої роботи в цій організації ми вже більше познайомилися і зараз плануємо своє життя об'єднати тут деякий час. Вже купили квартиру тут».

Шлюбні практики з громадянами країни перебування:

«Я відчував тут, що маю людину, яка мене любить. Відчув тут дуже добре ставлення... Я зійшовся з тою дівчиною, ми домовилися одружитися, і відповідальність за то, що я з нею, про що ми домовилися, також для мене є великою, скажімо напевно, може, і найбільшою».

Поступова легалізація перебування:

«Коли я влаштувався на роботу, мені там дали контракт і., вже маючи контракт, я пішов далі».

«За законом національного банку Португалії людина, яка бере кредит на житло і, крім того, на то житло виставляється банком, ще повинна мати з собою поручителя, який має відповідну суму чи відповідну нерухомість, що перекрисє в разі чого затрати на житло. Ну, українцям трошки то важче зробити. Але оскільки моя дівчина є португалкою і, скажімо, поручителями виступили її батьки, у нас взагалі не було ніякої складності» (фрагменти інтерв'ю з П., чол., Португалія).

Модель «Гетто».

Нелегальність перебування і/або працевлаштування:

«Приїжджаю через три місяці. Міграційка закінчується через три місяці, і треба пересікти кордон».

«Ресстрації немає і дозвіл на роботу потрібний... Ресстрація є – еміграційка. Так як я працюю на дому, то мене не питають. Як у гостях. ...на іншу роботу я дуже хочу піти, тому що хочеться скоріше додому поїхати, скласти певний капітал..., треба дозвіл на роботу... Це така фількіна грамота... Ви приходите в Центр ... вас посилають здавати аналізи. Так. Для мігрантів значить. І в різні структури, в різний кінець Москви треба летіти, там здаєш, потім летиш в іншу аналізи здаєш, там на ВІЛ чи кров беруть, я не знаю точно. Факт те, що за всю операцію треба заплатити 3500. Потім влаштуєшся на роботу, а тобі кажуть, що це все липа, що фірма сама буде робити, тільки вже за 6500, і вже ніяких аналізів здавати непотрібно... Щоб піти помити підлогу, треба дозвіл на роботу».

Низький рівень кваліфікації:

«Щоб щось розпочати, потрібні були гроші. І мені запропонували роботу тут, у Москві, 200 доларів, Істра... Робота була дуже важка. Дуже важка, сніги кидати. Убирання велике. П'ятиповерховий особняк... Потім сестра зателефонувала... Сказала, є робота в Москві. Прибирати, значить, в індусів. Тобто робітниця».

«Платять мало, тому що приїхав раб».

Обмеженість кола спілкування:

«Сестра є в Москві... От я знаходжуся в тітки – це двоюрідна сестра мого батька. В даний час. І добре, що вона тут є, бо дуже важко знайти квартиру. Дуже дорого».

«Не спілкуюся ні з ким, крім телебачення і книг, більше нічого. Вже мало не двинулися. Треба якесь спілкування».

Перебування поза земляцтвом:

«Спілкуюся з дівчиною, вона з Киргизії... Передзвонюємось, друг дружку підтримуємо. Так рік проробили разом, важко. З України (контактів. – Авт.) чомусь не маю я ні з ким» (фрагменти інтерв'ю з Г., жін., Росія).

Соціальна поведінка українців в умовах трудової міграції. Інтерв'ю з українськими трудовими мігрантами дали змогу простежити, як виїзд за кордон, зміна звичного способу життя і кола спілкування впливають на соціальну поведінку. З одного боку, нові життєві обставини на-

чебно дають індивіду шанс реалізувати прагнення, з іншого – руйнують систему його психологічного захисту. Це приводить до появи різних типів соціальної поведінки і типів ціннісних систем, які корелюють із певними моделями інтеграції (див. табл. 3).

Самозбереження. Йдеться про феномен так званого етнічного парадоксу (Аза, 2007: 203), який виявляється в житті мігранта на рівні повсякденності й полягає в тому, що традиційна культура, в тому числі її артефакти, постають як символи, навколо яких концентруються людські переживання. Парадоксальність ситуації в тому, що в контексті інтенсифікації процесів глобалізації та універсалізації попри специфічні зовнішні обставини (в першу чергу, ситуацію проживання в цілком «чужому» соціумі) спостерігаємо активний потяг значної частини мігрантів до збереження власної етнічної/національної ідентичності (моделі «Діаспора», «Повернення»). Такі моделі зазвичай обирають трудові мігранти, які схильні дотримуватися звичного способу життя і взірців соціальної поведінки. Як наслідок вони або утворюють спільноту, яка намагається відповідати завданням самозбереження, отож за соціальними характеристиками є наближеною до спільноти традиційного типу («Діаспора»), або підтримують тісні етно-соціальні контакти з батьківщиною («Повернення»). В обох випадках їхньою референтною групою є так звана *локальна спільнота* – сім'я, сусідство, земляцтво, етнічна група, церковна (етно-конфесійна) громада тощо. Той або той елемент традиційної культури, з одного боку, інтегрує локальну спільноту, а з іншого – протиставляє цю групу іншим.

Дистанціювання від минулого. В середовищі мігрантів спостерігається тенденція до демонстративного уникнення індивідом усього, що пов'язує його з минулим життям (моделі «Асиміляція», «Транзит»). Таку поведінку можна пояснити намаганнями трудових мігрантів встановити нові соціальні зв'язки замість утрачених, дотримуватися зовнішніх знаків ідентифікації. Для них такі знаки є способом швидкого виходу з неусталеної ситуації, в якій вони перебувають. У цьому разі трудовий мігрант поводить себе як актор на сцені, що живе не своїм життям, водночас продовжує грати ролі, які диктує традиція на рівні повсякденності, поступово диференціюючи свої життєвий та культурний стилі (Іонин, 1998: 194–195).

У контексті процесів трудової міграції означені типи поведінки мають спільну властивість, а саме – вказують на вибір трудовим мігрантом свого соціокультурного вектора. Водночас у середовищі мігрантів актуальними уявляються інші два типи соціальної поведінки.

Амбівалентність, або соціальна поведінка за різновекторних соціокультурних орієнтацій. Ідеться про поширену ситуацію, коли трудовий мігрант тривалий час не може «визначитися» ні з місцем проживання (в Україні чи за кордоном), ні з цілями свого перебування на заробітках, зрештою, не здатний вибудувати чітку систему ціннісних орієнтацій (модель «Маятник»).

Конформізм. Конформна поведінка трудового мігранта зазвичай скерована на уникнення ситуацій, коли слід проявляти соціальну активність у досягненні цілей і відстоювати право на збереження власної ідентичності (модель «Гетто»).

В обох зазначених випадках ідеться про маргінальний комплекс свідомості, зумовлений, з одного боку, обривом попередніх соціальних зв'язків і необхідністю інтеграції в нову спільноту, а з іншого – відсутністю чіткої самоідентифікації особистості з цією спільнотою.

Що ж стосується рівня соціальної активності українців у ситуації трудової міграції, то тут можна зазначити таке. Для трудових мігрантів, що обирають моделі позитивної інтеграції, вагомим убачається значення особистого успіху, ризику, успіху в різноманітних сферах соціального життя, отож найорганічніше в новий соціум включаються трудові мігранти з яскраво вираженою індивідуальністю, сформованим особистісним і загальнолюдським рівнями ідентичності, з вираженою скерованістю на майбутнє. Натомість у разі обрання індивідом моделі негативної інтеграції можемо спостерігати дію феномену нівеляції особистості – як результату підкорення її різного роду груповим нормативам.

Загалом дослідження показало: моделі інтеграції українських трудових мігрантів у «чужий» соціум відзначаються достатньою варіабельністю. Гадаємо, це можна пояснити тим, що сучасне українство в умовах трудової міграції характеризується «однопоколінністю», постаючи не як визначена соціальна група з чіткими ознаками і перспективами розвитку, а як сукупність індивідів, що перебувають у подібних соціокультурних умовах. Позаяк сучасні соціологи схиляються до думки про повноцінність дії механізмів зчеплення між домінантним соціумом і локальною спільнотою лише у третьому поколінні мігрантів (Куценко, 2008: 147), логічно припустити, що процес інтеграції сучасних українських трудових мігрантів у європейську спільноту буде не лише тривалим, але і складним, а їхній груповий інтеграційний потенціал ближчим часом використовуватиметься мінімально.

Перспективи досліджень трудової міграції: ренесанс гуманістичної соціології

Суб'єктивістський підхід до вивчення трудової міграції поки що є менш поширеним, аніж об'єктивістський. Такий стан справ не є оптимальним, адже трудову міграцію зазвичай зумовлює переплетіння найрізноманітніших чинників, у тому числі суб'єктивних, неврахування яких може призвести до серйозних викривлень в оцінці досліджуваного феномену. Втім, на сьогоднішній день спостерігаємо позитивну тенденцію, яка виражається у відродженні традиції застосування якісних методів у дослідженнях міграцій, а отже, у відновленні балансу в системі знань про це складне багатовимірне явище.

Актуалізація якісних методів відбувається на тлі поступового зростання ролі індивідуалізації, внаслідок якої існуючі цінності, переконання, настанови і норми поведінки дедалі частіше стають предметом особистого вибору людини (Ручка, 2002: 11–13). Відповідно зростає і роль соціологічної рефлексії у процесах суспільного життя і підвищується статус соціолога як індивіда-автора, який тепер часто постає співавтором поряд із досліджуваними учасниками процесу, а соціологічне знання виступає комунікативним феноменом у системах соціальної взаємодії (Пилипенко, Привалов, Щербина, 2000: 96–110). Тож закономірним уявляється виникнення нових аспектів проблематики в такій традиційно кількісній сфері, як соціальна мобільність і соціальні міграції, що, своєю чергою, може слугувати додатковим дієвим чинником формування соціології як універсальної інтелектуальної дисципліни.



Література

1. Аза Л. Етносоціологія: сучасний контекст // Соціологічна теорія: традиції та сучасність: Навч. посіб. – К.: Інститут соціології НАН України, 2007.
2. Берто Д., Мальшєва М. Культурная модель русских народных масс и вынужденный переход к рынку // Биографический метод в социологии: история, методология, практика. – М.: Институт социологии РАН, 1994.
3. Елсуков А.Н. Социальная мобильность // Социология: Учеб. пособ. – Минск: НТТООО «Тетра Системс», 1998.
4. Іванкова-Стецюк О. Українська трудова міграція в якісному вимірі: за матеріалами глибинних інтерв'ю і фокус-груп // На роздоріжжі. Аналітичні матеріали комплексного дослідження процесів української тру-

- дової міграції (країни Європейського Союзу та Російська Федерація). – Львів: Папуга, 2009.
5. *Ионин Л.* Социология культуры: Учеб. пособ. – 2-е изд. – М.: «Логос», 1998.
 6. *Куценко О.* До соцієтальної інтеграції чи до розвитку «паралельних суспільств»? (Порівняльне вивчення етнічних взаємодій) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. – № 1.
 7. *Семёнова В.В.* Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. – М.: «Добросвет», 1998.
 8. *Скокова Л.* Біографічні дослідження в соціології: традиція та сучасний досвід. – К.: Інститут соціології НАН України, 2004.
 9. *Пилипенко В., Привалов Ю., Щербина В.* Субъективный компонент в социологическом познании. – К.: Інститут соціології НАН України, 2000.
 10. *Прибиткова І.* Трудові мігранти у соціальній ієрархії українського суспільства: статусні позиції, цінності, життєві стратегії, стиль і спосіб життя // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. – № 4.
 11. *Ручка А.* Орієнтири концептуалізації ідентичності // Соціокультурні ідентичності та практики. – К.: Інститут соціології НАН України, 2002.
 12. *Томпсон П.* Гуманистическая традиция и жизненные истории в Польше // Биографический метод в социологии: история, методология, практика. – М.: Інститут социологии РАН, 1994.
 13. *Alt J.* Leben in der Schattenwelt. Problemkomplex illegale Migration. Neue Erkenntnisse zur lebenssituation 'illegaler' Migranten aus München und anderen Orten Deutschlands. – Karlsruhe, 2003.
 14. *Baganha M. I., Marques J. C., Gois P.* The Unforeseen Wave: Migration from Eastern Europe to Portugal // New Waves: Migration from Eastern to Southern Europe. – Lisbon, 2004.
 15. *Iglicka K.* The Foreign Labour Market in Poland // Migration and Its Impact on Labour Markets in Poland and Ukrainian. – Warszawa, 2003.
 16. *Ivankova-Stetsiuk O.* Models of Integration of Ukrainian Immigrants into the Societies of Countries of Residence and Re-Socialization of Returners // Ukrainian Labour Migration in Europe. Findings of the Complex Research of Ukrainian Labour Immigration Processes / ed. by I. Markov. – Lviv: МБФ “Карітас Україна”, 2009.
 17. State of the Art of the Migration Research in Poland / ed. by A. Kisinger, A. Weinar // CMR Working Paper. – Warszawa, 2007. – № 19.
 18. *Thomas W., Znaniecki F.* The Polish Peasant in Europe and America. – N.-Y., 1958.

19. *Weber S. Exploring Some East-West Migrant Networks and Their Distant Local Dynamics, Ukrainian, Polish and Romanian Migrants in Rome // New Waves: Migration from Eastern to Southern Europe. – Lisbon, 2004.*

Словник термінів

Трудова міграція – різновид соціальної міграції, що являє собою процес масового переміщення індивідів з однієї території на іншу з метою працевлаштування і тривалого проживання. Можуть бути внутрішніми (відбуватися в межах однієї країни) і зовнішніми (одна з країн постає як країна-донор робочої сили для країни-рецепієнта); легальними (перебування і працевлаштування мігрантів має законну силу) і нелегальними (трудова мігранти перебувають поза законом).

Сходження до теорії – створення абстрактної аналітичної схеми досліджуваного в реальності феномену. На цій основі вибудовується міні-теорія, яка пояснює дії, взаємодії та процеси.

Соціальних генеалогій метод – метод, за застосування якого дії дослідника скеровані на здійснення реконструкції історії сім'ї з метою виявлення характерних для певного історичного часу особливостей соціальної, поселенської та трудової мобільності.

Класифікація – процес організації емпіричних даних і зведення їх до загальних понять (категорії, класи, субкатегорії) для подальшого виявлення зв'язків між ними.

Субкатегоризація – виявлення умов і обставин, що розкривають характер вияву кожної з категорій аналізу за певних умов.

Контрольні запитання

1. Які існують основні підходи до вивчення трудової міграції?
2. Чому працю У. Томаса і Ф. Знанецького «Польський селянин у Європі і в Америці» вважають фундаментальним дослідженням трудових міграцій?
3. Чим зумовлений вибір дослідником методологічного підходу до вивчення феномену трудової міграції (проілюструйте на конкретних прикладах)?
4. Які основні причини актуалізації дослідження особливостей процесу інтеграції українських трудових мігрантів у європейську спільноту?
5. У чому полягає зміст моделей інтеграції українського трудового мігранта в європейську спільноту, вирізнених у процесі якісного дослідження?



Теми рефератів

1. Методологічні особливості досліджень трудової міграції.
2. Традиції дослідження трудової міграції в якісній соціології.
3. Гендерний аспект трудової міграції: можливості якісної методології.
4. Трудова міграція як чинник професійної мобільності.
5. Використання методу глибинного інтерв'ю у вивченні соціальних проблем трудових мігрантів.

АНАЛІЗ ВИПАДКУ: ДОСВІД ЯКІСНИХ ПРОЕКТІВ

ПОДВІЙНА ГЕРМЕНЕВТИКА У ДОСЛІДЖЕННІ ТЯГЛОСТІ ТА МІНЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ ТРАДИЦІЇ

Соціологічні підходи до інтерпретації текстів культури

У дослідженні культури можна виокремити різні підходи до інтерпретації її текстів. Розмаїття стратегій інтерпретацій пов'язане з різністю трактувань самого артефакту: як об'єктивованого, посталого, відчуженого від творця чи як повсякчас творимого, відкритого новим принесенням і прочитанням.

Перше трактування властивіше мистецтвознавству, яке аналізує радше візуальні документи та речі як тексти. Загальною настановою такого підходу стає спротив інтерпретативним зусиллям, позаяк вони, попри те що вторинні, викривляють і підривають автентичну цілісність твору. «Інтерпретувати – це збіднювати, виснажувати світ для того, щоб утвердити примарний світ “значень”. Це перетворити світ *як такий у цей світ*» (Зонтаг, 2006: 14–15). Але така настанова, прийнятна для філософа, виявляється непродуктивною для дослідника, бо його засоби і способи пізнання соціальної реальності виявляються дискредитованими.

Інший підхід акцентує серед ознак культури її відтворюваність. Адже щойно котрийсь з її компонентів перестає транслюватися з покоління в покоління чи активно використовуватися у межах спільноти, він випа-

дає з актуальної культури, зрештою, щезає зовсім. Яскравим прикладом тому можуть бути пісні, які перестали співати, одяг, який уже не носять, – навіть зафіксовані фольклористами, вони не завжди в змозі ввійти до репрезентативної культури суспільства. Тому найбільшу прихильність таке розуміння культури здобуло серед лінгвістів та антропологів. Текст, без його подальших прочитань, залишається недостатнім, незавершеним для культури фактом. Будь-яке ж звернення до текстів культури породжує їх інтерпретацію, яка повсякчас буде відмінною з огляду на різність суб'єкта і соціокультурних обставин: «... художній текст не має одного рішення [...], тому дивно казати, що цей вірш чи цю симфонію я уже чув» (Лотман, 1992: 189).

Така всюдисущність і всезагальність інтерпретації проголошувалася радикальною теорією інтерпретації (Ч. Тейлор, П. Рікер, Г.-Г. Гадамер), проте її, як і опонентів інтерпретації, вирізняла мала застосовність: нема змоги ні довести інтерпретацію до логічного завершення, ні зіставити її з іншою, ні обрати адекватнішу. Тож, як зауважує Інна Дев'ятко, «більшість соціологів і культурних антропологів орієнтувалися на певний “веберіанський” синтез інтерпретації та причинного пояснення, тим паче, що мали опору на описану вище традицію включеного спостереження у вивченні “чужих” культур та субкультур (класична етнографія, символічний інтеракціоналізм Чиказької школи). І у межах культурної антропології, а за тим і соціології почала формуватися “поміркованіша” модель інтерпретації, яка поєднувала риси семантичного (очима учасника) і наукового (з позиції дослідника-спостерігача) пояснення» (Дев'ятко, 1996: 55–56).

Ентоні Гіденс назвав таку модель «**подвійною герменевтикою**» (Гідденс, 1993: 64). Вона ґрунтується і на інтерпретаціях учасників, і на висунутих дослідником інтерпретаціях інтерпретацій. Оскільки події соціального світу повсякчас наділяються смислами завдяки активності самих учасників цих подій, соціолог чи антрополог, на відміну від природознавця, не може ігнорувати ці «народні» визначення у власному трактуванні подій. З іншого боку, інтерпретації учасників зазвичай ретроспективні, вибіркові, мають тенденцію змішувати дії та наміри чи ігнорувати існуючі причинні зв'язки, тому семантичне пояснення учасників має бути доповнене науковим тлумаченням.

Подвійна герменевтика – як самостійна стратегія – метод ще не так поширений, проте надзвичайно цікавий, по суті, зближується з традиційним аналізом документів, зокрема, звітів, експертних висновків, пояснювальних записок тощо. В соціології документи аналізуються з

урахуванням контексту створення: мета і завдання написання такого документу, обставини створення та функціонування. А ось наявною в таких текстах оцінкою соціальної реальності часом нехтують або ж її враховують лише після успішного прискіпливого випробування на правдивість.

Традиційна методологічна настанова у разі роботи з документами (як і взагалі з інформацією) – чітко розрізняти описи подій і їх оцінку. В соціології вважається, що думки і оцінки потенційно мають меншу достовірність і надійність порівняно з фактуальною інформацією. Особливу обережність дослідник має виявляти, аналізуючи особисті документи, застерігають автори підручників з техніки проведення емпіричних соціологічних досліджень. На їхню думку, офіційний особистий документ, отриманий з перших рук, надійніший і достовірніший, ніж неофіційний, безособовий і до того ж складений на основі інших документів.

Інтерпретативна соціологія, навпаки, звертає особливу увагу саме на погляди, визначення і самопочування авторів текстів, тож подвійна герменевтика тут стає у пригоді. Адже предметом аналізу може стати якраз критикована вибірковість пам'яті авторів чи їхньої стратегії раціоналізації (деривації) тощо.

І нині соціолог спостерігає бум текстотворення рефлексій соціальної реальності, особливо у віртуальній реальності форумів, живих журналів чи блогів. Ігнорувати їх як джерело вивчення соціальної реальності уже не можна, надто тому, що критеріям однотипності, кількості та доступності для творення масиву вони, як правило (зазвичай), відповідають і можуть піддаватись як кількісним, так і якісним методам аналізу документів. Водночас, у педагогічних, психологічних та, рідше, соціологічних дослідженнях здавна використовувалися для аналізу масиви текстів, сформовані із творів на задану тему. Окрім учнівських, це можуть бути і студентські чи дитячі творчі роботи, де доречніше мовити про методику аналізу малюнку (Гурсев, 2007: 132–139) чи широкий спектр особистих документів, накопичений в приватних та державних архівах і доступний дослідникові.

Гендерні стратегії в українських народних піснях

Евристичні можливості подвійної герменевтики проілюструємо на прикладах інтерпретацій студентських творчих робіт з аналізу фольклорних текстів. Основним матеріалом для неї стали самостійні роботи студентів четвертого курсу на виконання практикуму «Гендерні стратегії та шлюбні кола» в рамках курсу «Соціологія сім'ї». Виконання да-

ного практикуму пропонувалося шляхом аналізу текстів українських народних родинно-побутових та ліричних пісень (час створення і запису яких припадає переважно на XIX – поч. XX ст.). У ході написання роботи студенти виявляли не лише засвоєні знання з курсу соціології сім'ї, навички соціокультурного аналізу, а й власне ставлення до гендерних стратегій, поширених у традиційному українському суспільстві.

«Це ніби інший світ, де кожне слово позначає цілу сукупність смислів і сакральних дій. Вже зараз, з точки зору нашої культури і смислів, важко без підготовки зрозуміти, про що саме йде мова. А надто, можливо, стосовно весільних традицій, які були перервані урбаністичним способом життя – спершу, потім радянською ідеологією і зараз активним наступом західних цінностей» (Ксенія С.).

Та рефлексія соціокультурних відмінностей відбувається не лише з огляду на різницю епох, – увиразнюється етнокультурна специфіка гендерних стратегій, хоча власне такого завдання не ставили. Проте, беручи до аналізу саме українські народні пісні, студенти часто помічають нехарактерну для інших народів *«активну позицію дівчини, яка сама ініціює розвиток стосунків з хлопцем»* (Тетяна Ч.); *«дівчата показують свою незалежність і свободолюбство, їм важко щось нав'язати (...) на відміну від багатьох інших народів, їй ніхто не засудить, тому що хлопець та дівчина – рівня»* (Марина П.). Можливо, це виокремлюється ще й тому, що сучасна масова матримоніальна культура часто пропагує патріархальні стратегії власного прикрашання задля пасивного приваблення нареченого, дедалі більше запозичуючи зразки із західноєвропейських чи американських, аніж власних, звичаїв.

Однак у міжстатевому порівнянні дівчина все ж програє хлопцю за своїми можливостями з формування шлюбного кола та прийняття остаточного рішення. І виховані в душі модерної егалітарності емансиповані студенти не можуть цього не помітити: *«він мобільніший, може поїхати на заробіток чи на війну, громада майже не зобов'язує його, обравши раз шлюбного партнера, не вступати у сексуальні чи шлюбні зв'язки, в той час як дівчина, обираючи коханого, мусить дождитися його і не може приступати до активного пошуку нового партнера; він засилає сватів; він має забезпечити матеріальне існування новоствореної сім'ї, зокрема нову домівку, слідує прагненням неолокальності»* (Максим З.). У цій роботі значна увага автора звернена на лексику пісень як потужне інформативне джерело про сімейні стосунки у традиційному українському суспільстві. Зокрема, зафіксовані у сталих виразах: *«якщо сексуальна*

дошлюбна поведінка залежить суто від самих ініціаторів стосунків – “молодого козака” та “чорнобрової дівчини”, то укладенню шлюбу обов’язково передусь згода батьків (...) сама дія, що фіксує пасивну позицію дівчини, виражається у лексемах “взяти за жінку”, “за іншого дати” (Максим З.).

Помічають як те, що і сьогодні є актуальним для молодих (наприклад, передвесільний дівич-вечір, проблема власного житла, конфлікт поколінь), так і те, що вже втратило актуальність у сучасних матримоніальних практиках, що викликає незрозуміння, здивування, обурення. Це, наприклад, стереотип «лихої свекрухи», що змінився нині на стереотип «лихої тещі» через зміну патрілокальності на переважно матрілокальність. «Пісня подає невеселу картину майбутнього заміжнього життя, родина майбутнього чоловіка подається як “чужа сторона”, образ свекрухи теж не райдужний (...) прав у невістки було не багато» (Анна М.).

У багатьох випадках виконання завдань практикуму дає результат схожий із застосуванням проєктивних методик, коли з опису традиційного суспільства раптом перед нами проступає ситуація сьогодення, яка переноситься у той час разом із відповідною лексикою. Наприклад, в інтерпретації маскулінних стратегій, які одній авторці прояснюють героїку частих військових походів, інша вбачає точний зліпок сучасної ситуації, з якою не хоче миритися. «І особлива роль відводилася оспівуванню того найпрекраснішого почуття, що єднало ці стосунки – це почуття любові, яке завжди жило в серцях українок, саме з їх любов’ю у грудях козаки перемогли, боролися і саме ця любов робила їх майже безсмертними» (Прина М.). «Для дівчини відведене місце чекання уже визначеного судженого, який дуже часто відсутній у справах: “... а мого немає...”». Тобто жінка посідає позицію домогосподарки, яка чекає на чоловіка вдома. Разом із тим, у цих піснях простежується недовіра з боку жінки до щирості почуттів і вірності хлопця. Хлопець, як було зазначено вище, посідає позицію зайнятої людини, для якої важливі поряд із розвагами професійні досягнення. «Він постійно у від’їздах». (Віта А.)

Ймовірно, чи не вперше замислившись над словами загальновідомих і популярних досі пісень, молоді автори усвідомили усю складність і неоднозначність сімейних стосунків часто ідеалізованого минулого українського села, звернули увагу на гендерний дисбаланс багатьох традицій, авторитарність старшого покоління, нехтування думкою молодих – «часто з “благих намірів” мати прирікала своїх дітей на нещастя і страждання» (Олена Ро.) – і, таким чином, виявили значну критичність при аналізі запропонованого матеріалу. Впевненіші в собі та

майбутньому сучасні юнки далеко не завжди згодні приміряти на себе трагічну долю дівчини із позаминулого століття і не сприймають оспівану романтиками *«категоричність вибору шлюбного партнера – любов або смерть»* (Олена Ре.).

Окрім самої молоді, до агентів формування шлюбного кола студенти відносять батьків і родичів, сусідів – перш за все жіночої статі, оскільки саме для них матримоніальні турботи стають гендерною домінантою. Ці агенти виходять на перший план уже на наступній стадії шлюбно-сімейних відносин – укладення шлюбу. У багатьох роботах автори повторюють фразу: *«носієм норм виступає мати»*, а в одній до того ж зазначено, що це *«підкреслюється частими повторюваннями слова “мати”, ще й додається “ой”, бо так не хочеться слухати материнських слів»* (Марина Х.). Припускаємо, що цьому вигуку емоційності додало саме його сучасне прочитання студенткою, бо ж нині сімейна рада мусить зважати на зрослу роль освітньої, медійної, товариської інформації, а опріч того, на більшу вагу власного досвіду щодо вибору партнера, тоді як у традиційному суспільстві монополія материнського погляду була не такою дразливою.

Автори не без задоволення віднаходили у романтиці дошлюбних стосунків близькі їм риси фривольності, на які натрапляли переважно у жартівливих піснях: *«зв’язки з декількома партнерами», «залицання до партнерів», «дошлюбне статеве життя», «надмірна концентрація уваги на зовнішності й молодості дівчини і хлопця, а не на їхніх характеристиках як майбутніх чоловіка і дружини» – «проводячи порівняльний аналіз, можна відзначити, що традиційні дошлюбні відносини, які дістали відображення у національній пісні, позначені високим рівнем демократизму та мало чим відрізняються від сучасних моделей»* (Катерина Сок.)

Через переважання самостійно сформованих пар та шлюбів «за згодою», як критерії потрапляння до шлюбного кола оспівуються перш за все особистісні риси. Врода, ставність, ласкавість – найперше впадають у вічі під час знайомства, але вже в разі наміру створити сім’ю звертають увагу на сміливість, працьовитість, хазяйновитість як молоді, так і молодого. *«Цікавим є надання переваги гарній господині, але вдові, аніж поганій, але дівчині»* (Оксана С.). Та й у протилежному випадку – присилуваного заміжжя чи одруження – основні скарги теж на риси характеру, але вже негативні: потворність, глупота, лінь, п’янство, насильство.

Загалом автори, звиклі до «солодкавої» поп-культури, часто звертають увагу на те, що у піснях зображається переважно нещасливий шлюб, зражене кохання, розлучення пари, інші причини туги і журливого на-

строю. *«Серед пісень про родинне життя досить багато сумних і жалісливих»* (Людмила Ш.).

При спробі причинного аналізу шлюбного кола, студенти констатують, що економічний чинник теж відіграє суттєву роль: шлюб розглядають як можливість збільшити, чи хоча б не втратити дошлюбний рівень добробуту. Даючи оцінки стратегіям вибору партнера, студенти займають прагматичнішу позицію (адже їм уже по 20 років, а модальний шлюбний вік традиційного суспільства був значно нижчий), аніж герої та героїні аналізованих пісень. На їхню думку, тогочасна молодь рідко дбала про такі земні речі, як багатство партнера, тож примноженням їхнього економічного капіталу більше опікувалися батьки: *«частіше задивляння на багатих наречених притаманне матері хлопця»* (Олена Ро.). Не менш важливим корелятом до майнового стану є соціальна позиція, де прагнення і застереження очевидні: вільний vs кріпак. *«Правдою є те, що дівчину за часів панщини, та й потім часто видавали за нелюбів з огляду на його вищий майновий стан»* (Людмила Ш.).

А ось за такими, оспіваними в українських піснях, соціальними статусами, як рекрут, москаль, козак, криється, з одного боку, велика зваба молоді бравади, а з іншого – серйозні проблеми для молоді. *«Мати застерігає коло вибору шлюбного партнера такою характеристикою: той козак, що все гуляє»* (Майя Т.). Фактично постійна відсутність таких чоловіків – байдуже, з яких мотивів, – руйнує пару та породжує неповні сім'ї. Фіксуючи це, студенти розбивають поширений нині стереотип маскулінного ідеалу «козака-лицаря» як завидну партію андроцентричної версії української історії. Загалом, студенти зауважують, що існує такий критерій шлюбного кола як «за осілістю», це виявляється у прагненні включати до нього односельців і неприйнятті зайд та чужинців.

Гомогамність, як вірно розмірковують студенти, була типовою. А велика вікова різниця, чи наявність «обтяження» сімейним статусом (удівство, рекрутка) – більш незвичні, тож і стають пісненими сюжетами як варіанти норми і нормування. *«Взяти до шлюбу дівчину, яка була покинута коханим через війну чи заробітки вважалося доброю справою (“Добрі люди насилу взяли хорошу дівчину”», вказується на позитивне – соціально схвальну поведінку як батьків нареченого (“добрі люди”), так і очікування дівчини на повернення військовозобов'язаного (“хороша дівчина”))»* (Максим З.). Проте далі Максим визначає цей стан як «шлюбна маргінальність» («дівчина вже не є “нареченою без минулого”, і в той же час вона не є вдовою») та доводить усю незavidність такого

становища. До того ж і статус вдови на шлюбному ринку, як показує автор, амбівалентний: він привабливий досвідченістю і відштовхує своєю репутацією *«вони не змогли зберегти шлюб, покарані Богом, ізвели чоловіка»* (Максим З.).

Гендерною асиметричністю такої стратегії зазначено те, що саме *«парубок звертає увагу при виборі на репутацію дівчини, її поведінку у відносинах з ним»* (Олена Ро.), для дівчат це менш характерне. Гендерна чутливість цієї авторки дається взнаки також у зауваженні щодо відсутності *«інформації про роль батька»* у формуванні шлюбного кола. А інша авторка помічає ще одну неповноту гендерних образів ліричних та родинно-побутових пісень: *«образ щасливої в шлюбі жінки-матері складно знайти»* (Ярослава Д.).

Висновки

Підсумовуючи застосування подвійної герменевтики щодо цих текстів, виокремимо особливості сприйняття студентами гендерних стратегій формування шлюбного кола у традиційному суспільстві, які можна схарактеризувати за кількома напрямками.

Найперше, це фіксація відмінностей епох: аналізованої у піснях (традиційне, аграрне суспільство) та актуальної для студентів (постмодерне, урбанізоване суспільство), що дістає прояв у незнанні деяких феноменів тієї доби, умов побуту, значення деяких слів. Так, дивним та невідомим у більшості випадків виявляються: звичай *«комори»*; пізня і екзогенна поява обряду вінчання у весільній церемонії; викликає плутанину поняття *«громадянського шлюбу»* тощо. Досвід інтерпретації досить відмінного культурного середовища, окрім всього, дає змогу студентам відчутти його подібність чи несхожість із сучасністю, і через них оприявити для себе власну культуру, аж до переживання культурного шоку.

З іншого боку, серед особливостей стилю опису шлюбного кола та характеристики гендерних стратегій традиційного суспільства можна виділити застосування сучасної термінології на позначення уже не характерних для нашої епохи феноменів. Особливістю сприйняття молодих можна назвати і певний їхній подив, непризвичасність до деяких речей – того, що старші покоління вже не помічають, адже для них це звично і не впадає в око. Дається взнаки відсутність особистого досвіду проживання в традиційному середовищі села чи містечка.

Другим важливим висновком інтерпретації студентської інтерпретації стає те, що крізь аналіз минувшини проглядаються ціннісні пріоритети сучасності. Хоча елементи патріархатного регулювання шлюбно-сімей-

них відносин діють і в нашому суспільстві, та емансипованість сучасних юнаків і юнок, більша їхня гендерна чутливість виявляється в небажаних приміряти на себе патріархальні образи та стратегії, оспівані в українських піснях й часто пропаговані нині. А після глибшого аналізу оспівуваної ситуації, виникають насичені емоціями оцінки та характеристики.

Загалом же, в успішніших студентів власні оцінки супроводжуються спробою пояснити їхню підставу, розлогішим коментарем ситуації культурних змін, що ж до студентів, менш «заангажованих соціологією», то іноді вражає їхня безпосередність, з якою вони відтворюють популярні нині уявлення про належне в сімейних стосунках – і та, і та позиція черпає своє обґрунтування із актуальних соціокультурних практик українського суспільства. Тематично цей аналіз сприяє вивченню змін гендерних стратегій, які за останнє століття відбувалися під впливом загальних модернізаційних та глобалізаційних зрушень і дає змогу зафіксувати соціокультурні феномени шлюбного кола в умовах змін та виявити, у чому полягає особливість їх сприйняття молоддю.



Література

1. *Девятко И.* Модели объяснения и логика социологического исследования. – М.: ЦСО, 1996.
2. *Зонтаг С.* Проти інтерпретації та інші есе. – Львів: Кальварія, 2006.
3. *Гірц К.* Конфлікт інтерпретацій. – К.: Дух і Літера, 2001.
4. *Лотман Ю.* Культура и врыв. – М.: Гнозис, 1992.
5. *Гидденс Э.* Девять тезисов о будущем социологии // Thesis. – 1993. – Вып. 1. – С.57–82.
6. *Гуреев С.* Анализ рисунков в социологическом исследовании // Социологические исследования. – 2007. – № 10. – С.132–139.

ВІД ЖДАНОВА ДО МАРІУПОЛЯ: ПИТАННЯ ПЕРЕЙМЕНУВАННЯ МІСТА В ПУБЛІКАЦІЯХ МІСЦЕВОЇ ПРЕСИ

Зміни назв міст, вулиць і площ, демонтаж пам'ятників є цікавим аспектом соціокультурного аналізу пострадянських трансформацій. У центр уваги потрапляють різноманітні символи (радянські, дорадянські, українські, локальні тощо) в їх монументальних чи топонімічних репрезентаціях. Саме навколо символів та їх інтерпретацій розгорталася й у деяких містах продовжуються суперечки і боротьба, до яких залучені соціальні агенти різного рівня – від ініціативних груп (як, наприклад, перейменування Жданова Донецької області 1989 року), громадських організацій, політичних партій до владних інституцій. Важливим джерелом інформації, яка дозволяє відтворити різноманітні контексти цієї символічної боротьби (в категоріях П. Бурд'є) є публікації місцевої преси.

Відтворення шляху зміни значення символу «Жданов» у сприйнятті жителів міста або тих, хто говорить від їхнього імені, – від загального позитивного схвалення до негативного відторгнення – є важливим аспектом вивчення соціокультурних змін міста. Таке відтворення може бути реалізоване за допомоги різних *соціологічних методів*. Використовуючи метод *опитування*, ми мали б поставити до населення теперішнього Маріуполя, приміром, такі запитання: що вони знають про назви свого міста; яке їхнє ставлення до них; чому, на їхню думку, відбулося перейменування і як вони до цього ставляться; яку назву має носити місто в майбутньому тощо. Перевагою опитування за репрезентативною вибіркою є можливість простежити, які розуміння символу в назві міста поширені серед населення, як соціальні, вікові, статеві, професійні, етнічні, культурні групи, люди різного статусу, матеріального достатку, місця проживання чи віросповідання ставляться до цього питання.

Усе це можна дослідити за допомоги метода *експертних інтерв'ю*. Експертами можуть бути місцеві «лідери думки», представники інтелігенції, спеціалісти закладів культури, вчителі, представники влади, професійних, етнічних, конфесійних груп (залежно від розуміння характеру експертного знання, яке має бути визначене).

Методом для вивчення суб'єктивного ставлення до символів у назві міста (як перейменування та інші символічні зміни відбилися в пам'яті спільноти, родини, особистій біографії, якою є ретроспективна оцінка перейменування і пов'язаних з ним подій) може стати *глибинне* або *нарративне інтерв'ю*. Актуальні значення цих символів можна вивчати за допомоги *спостереження*, а також *візуальних методів* (Штомпка, 2008).

З іншого боку, носієм значень символів є різноманітні документи: офіційні (наприклад, рішення влади), особисті (листування, щоденники), публікації художнього, публіцистичного, туристичного, історичного чи краєзнавчого характеру, преса. Найчастіше для дослідження документів використовують методи *традиційного аналізу текстів*, *контент-аналізу* і *дискурс-аналізу* (Костенко, Іванов, 2003).

Розглянемо за методом традиційного аналізу вибрані публікації місцевої газети «Приазовский рабочий» за 1987–1989 роки, що передували перейменуванню міста. Газета видається з 1918 року, під час дослідження була органом Ждановського міського комітету комуністичної партії України і міської ради народних депутатів, наклад – близько 56 тис. примірників, обсяг – 2 друкованих аркуша, мова видання – російська.

Вибір саме цих публікацій зумовлений тим, що в них подано актуальну на той час аргументацію позицій «за» і «проти» перейменування міста, тобто актуальне значення символів «Жданов» і «Маріуполь». Розбіг у часі між окремими публікаціями має дати можливість побачити певну динаміку змін цих значень. Важливим завданням дослідження є також характеристики дискурсу¹ місцевої преси того часу з приводу перейменування: тематика статей, характер згадуваних зацікавлених груп, уявлення про соціальний простір, у якому існують автор і читачі, риторичні фігури тощо.

«Поміркуємо разом»

Тема перейменування міста Жданов з'явилася на сторінках «Приазовского рабочего» 7 жовтня 1987 року. Це було таке висловлювання в рубриці «Поміркуємо разом»: «Незважаючи на нашу чудову сучасність, здається, наше місто втратило своє неповторне обличчя, яке раніше в нього було. В попередні часи наше місто мало багато кутків затишних і

¹ Використано трактування поняття дискурсу як поєднання тексту і позатекстової реальності, подане у працях Т. ван Дейка. Див.: *Ван Дейк Т.А.* Язык, Познание, коммуникация. – М., 1989.

своєрідних. Натомість зараз місто затишним не назвеш... Мабуть, варто подумати ще і стосовно такого питання: чи не повернути місту його колишню назву – Маріуполь».

Це один із відгуків населення з приводу громадського обговорення проекту торговельно-пішохідної зони в центрі міста. На виставці перед будівлею міськвиконкому, як свідчить редакційна інформація, експонувалися архітектурні плани і проекти, а також ескізи герба міста. Питання символіки міста, таким чином, тематично пов'язані з архітектурним розвитком і планами забудови.

Основна ідея всієї добірки публікацій полягає в тому, що архітектурне і символічне обличчя міста слід визначати за участі його мешканців, відкрито і демократично. Цитуємо ще одну публікацію на тій самій сторінці: «Архітектори визначилися з тим, що подальший шлях роботи містобудівників має бути більш гласним, а його напрямок можемо демократично коригувати ми, мешканці міста. Нам тепер теж відповідати за долю обговореного, затвердженого проектного рішення, що реалізується». Тобто демократичність і гласність, доступ до інформації про майбутнє міста для його мешканців мають означати відповідальність. Саме відповідальність надає моральне право на ініціативу, наприклад, повернення місту його попередньої назви.

Таким чином, символ «Маріуполь», що з'явився на сторінках газети, пов'язують із значеннями унікальності, затишку і минулого. Значення унікальності, своєрідності, нетотожності іншим є аспектом цінності плюрального соціального світу, протиставленням гомогенності та акцентуванню подібності. Цінність затишку спрямовує на потреби окремої людини (на відміну від радянської ідеологічної домінанти колективу чи суспільства), а саме морально-психологічні, матеріальні, духовні, а з іншого боку – є проявом цінностей споживання. Звернення до минулого, його ідеалізація є протиставленням телеологічності радянської ідеології революційній моделі часу (*Нора, 2005*), де минуле редукується чи навіть елімінується задля потреб майбутнього.

Упродовж 1987–1989 років тема перейменування міста на сторінках «Приазовского рабочего» з'являється ще шість разів. Як бачимо з таблиці, обсяг статей зростає, а разом з ним розширюється гуманітарна тематика, про що говорить переміщення статей на 3–4 сторінки. Тільки офіційна інформація отримує місце на першій сторінці.

Далі подано результати аналізу публікацій, що містять листи читачів або спираються на них.

«Яке ім'я носити місту?»

Добірка листів у редакцію «Яке ім'я носити місту?» від 23 грудня 1987 року, яка продовжує тему перейменування, складається з шести листів. П'ять із них «за» й один «проти» перейменування, останній підписаний ветераном війни і праці. Але серед прибічників перейменування також є ветерани, а крім них, письменник, інженери і слюсарі заводу, актор драматичного театру.

Таблиця

Публікації з приводу перейменування міста Жданов у газеті «Приазовский рабочий» (1987–1989)

№	Автор, назва публікації	Дата	Сторінка	Обсяг, стор.	Вид публікації
1.	Добірка «Застигла музика – без фальшивої ноти. Проблеми містобудівників і громадська думка: взаємовиключення чи взаємодоповнення».	07.10.87.	2	1/72	Думка читача
2.	Яке ім'я носити місту?	23.12.87.	2	1/3	Лист читача
3.	<i>Л. Яруцький, краєзнавець</i> Що означає слово «Маріуполь»	10.01.88.	3	1/4	Стаття
4.	<i>В. Черемних</i> Маріуполь: за і проти	16.01.88.	3, 4	1/4+1/4	Огляд читацьких листів
5.	<i>Н. Пономаренко, завідувачка будинку-музею</i> <i>А.О. Жданова</i> Моя точка зору	24.06.88.	3	1/5	Виступ
6.	<i>Д. Ліхачов та ін.</i> Історичні назви – теж пам'ятки культури	06.08.88.	2	1/4	Передрук з газети «Известия» від 4.08.88.
7.	Маріуполь – ім'я нашого міста! <i>Робоча група з перейменування міста при міськвиконкомі</i> Починаємо збирання коштів	28.01.89.	1	1/18	Розпорядження облвиконкому Офіційна інформація

Головною темою листа письменника є помилковість, хибність практики зміни назви міст задля увічнення імен людей, хоч би якими значущими були їхні діяльність чи подвиги. Автор фактично наполягає на тому, що єдиним суб'єктом іменування є колективна (народна) пам'ять та історія – повільний і неухильний рух народу. Відмова від старих назв міст і вулиць є відмовою від своєї історії.

Автор порівнює Маріуполь із В'яткою, Самарою, Нижнім Новгородом, історичні назви яких було втрачено «зусиллями увічнювачів» і які мають бути повернені. Причому право на історичну назву міста не можна обґрунтовувати або виборювати з огляду на внесок міста в історію.

Таким чином, назва «Маріуполь» як символ пов'язується із значенням історичності та минулим народу, «Жданов» – асоціюється з волонтаристським намаганням штучного втручання в історію і звеличування окремої особи. Автор відзначає і той факт, що А.О. Жданова вже не вважають видатною постаттю партії та держави, а гадають як організатора репресій у Ленінграді, в тому чисті стосовно видатних діячів культури Анни Ахматової та Дмитра Шостаковича. Але, розуміємо з тексту, не переоцінка діяльності окремої людини, на честь якої названо місто, а значущість історичної назви як такої має бути підставою її повернення.

Важливою ознакою соціального простору, продемонстрованому в цьому листі, є його слабка диференційованість. Згадуються народ, сучасні школярі, «наші предки», герої. Загальне «ми», від імені якого й у рамках якого пише автор, поглинає агентів протилежно спрямованої дії, не дозволяючи визначити меж між ними, породжуючи анонімні номінації на кшталт «увічнювачів».

Тема листа голови Ради ветеранів пароплавства – підтримка його колективом ідеї повернення місту історичної назви: подано навіть результати голосування (з 25 присутніх 22 – за, 1 – проти, 2 утрималися).

Аргументація позиції максимально чітка: історична назва міста є пам'ятником. Охорона пам'ятників і культурних цінностей за Конституцією СРСР є обов'язком радянських громадян. Перейменування Маріуполя було помилкою, яку в період гласності та демократії необхідно виправити.

Цей лист дає чіткішу картину соціального простору: ветерани хочуть звернутися до радянських органів, тобто влади, яка має необхідні повноваження для розв'язання питання. Отримують номінацію і винуватці (хоча й непрямі) помилок 30–40–50-х років минулого століття: це покоління ветеранів, до якого належить автор, що визнають свою відповідальність перед нащадками.

У листі інженерів і слюсарів судоремонтного заводу відчутна тема ідентичності мешканців міста. Вони пишуть: «Ми хочемо жити в місті Маріуполі, зберігаючи світлу пам'ять про великі справи наших маріупольців», конкретизуючи нижче, що саме маріупольці брали участь у революції, у Великій Вітчизняній війні та визволенні міста від німецько-фашистських загарбників. Інакше кажучи, населення міста прагне самостійно обирати ім'я, символ своєї ідентичності – Маріуполь, залишаючись при цьому в нормативних рамках символічного простору радянської героїки.

У тому самому листі згадується багатонаціональність міста в цікавому поєднанні з поняттями історії та примх окремих осіб: «Наше місто багатонаціональне, й історія має залишатися історією, а не примхами окремих осіб». Це висловлювання свідчить про етнічне прочитання назви «Маріуполь». Окрім звернення до загальновідомого факту заснування міста православними греками – переселенцями з Криму, етнічне значення назви акцентує ідею історії міста як історії локальної спільноти, яка не має поглинатися біографією вождів, тобто історією держави. Символ «Маріуполь», таким чином, опиняється всередині конфлікту спільноти і держави, етнічного і загальнонаціонального, демократії й волюнтаризму і стає засобом його прояву в конкретних умовах.

Робітники заводу «Азовсталь», які теж підтримують ідею відновлення історичної назви міста, пропонують редакції газети провести анкетування, щоб визначити розподіл думок «за» і «проти», і використати результати у справі перейменування.

Протилежна точка зору висловлена в листі, підписаному ветераном партії, війни і праці, який надрукований під заголовком «Не вдається!». Автор вважає, що назва «Маріуполь» має погану славу, стверджуючи, що місто отримало її на честь Марії – «дружини нездарного царя російського Павла». Тобто символ «Маріуполь» є двічі негативним: як символ монархії взагалі та її найменш гідного представника зокрема.

Головною ідеєю цього виступу є протистояння намаганням очорнити ім'я А.О. Жданова, а також загалом цінності радянських людей. Як аргументацію наведено етапи біографії Жданова («Член партії з 1915 року. Брав участь у революційному русі... З 1934 року – секретар ЦК ВКП(б). ...працює секретарем Ленінградського обкому і міському партії. З 1939 року – член Політбюро ЦК ВКП(б)»), ставлення до нього Сталіна («Сталін добре знав ділові та вольові риси Жданова и послал його на найвідповідальнішу роботу»). Як необхідний контекст інтерпретації діяльності Жданова автор згадує випробування Великої Вітчизня-

ної війни, складності міжнародної ситуації, розв'язання політичних і економічних завдань, отже, висновок: «Тому нам, а тим більше, молодому поколінню, не можна чорнити всіх тих, хто працював із Сталіним».

Ідентифікуючи Жданова як людину, гідну увічнення, автор листа використовує офіційно схвалені визначення, які апелюють до авторитету комуністичної партії: Жданов – це «визначний партійний і державний діяч», «вірний син ленінської партії», який «усе своє життя віддав вірному служінню народу і ленінській партії». Себе автор відносить до радянських людей, старих комуністів, людей старшого покоління: саме ці номінації складають авторське «ми» та, з іншого боку, символізують референтів його точки зору.

Серед згаданих номінацій актуального соціального простору – молоде покоління, яке треба виховувати, пояснювати істинний стан речей, натомість «нерозумні люди», чорнителі, своїми словами і діями відводять інших від правди.

У фрагменті, де йдеться про визнання авторитету Сталіна, набувають значення та інтегруються такі номінації соціального простору, як народ, комуністи, «всі люди», «борці за будівництво соціалізму»: «Всі люди вірили Сталіну. І кожен із нас вважав за велике щастя бути в передових лавах борців за будівництво соціалізму».

Таким чином, символ «Жданов» репрезентований у контексті офіційної радянської символіки й асоціюється з ієрархічною, очоленою комуністичною партією соціальною структурою і притаманною їй примусовістю. Аргументація «за Жданов» являє собою модель зв'язку індивіда і суспільства (а також суспільно значущих систем значень, у тому числі історії, батьківщини, народу), опосередкованого партією, її символами, інституціями і лідером, вождем. Ця опосередкованість поглинає унікальні, індивідуальні риси особистості, її біографії, характеру, які в розглядуваному контексті значень позбавлені самостійної цінності. Підкреслюються нормативні обмеження поведінки людини, накладені її місцем в соціальній ієрархії. Саме ці рамки визначають в цьому контексті свободу людини та її компетентність.

Маріуполь: «за» і «проти»

Наступна публікація «Маріуполь: за и проти» (оглядом читацьких листів) з'являється приблизно за тиждень після статті краєзнавця (див. табл.), є майже вдвічі більшою за обсягом і виразніше демонструє позицію редакції газети.

Якщо попередня публікація зосереджувалася на темі значення символу «Маріуполь», то огляд листів подає розподіл думок і аргументів стосовно можливого перейменування міста. Тут Маріуполь як символ поєднується з іншими смисловими конструктами опосередковано – значеннями практичної дії, набуває нових значень через характеристики емоційного стану висловлювання «за» або «проти» перейменування, а також через асоціацію з відповідними цінностями.

«Маріуполь» асоціюється з *цінністю пам'яті про минуле*, а саме історичної пам'яті міської спільноти, знання про видатних земляків, історії не тільки в її загальнонаціональному, але і в локальному вимірі, який демонструє самобутність і неповторність міста. Ціннісне поле символу «Жданов» виявляється нечутливим до цих значень. Вони вважаються зайвими, такими, що не відповідають дійсності, спекулятивними: «У місті немає нічого, що нагадувало б про Маріуполь», «Деяким читачам просто нікуди діти вільний час». Натомість акцентуються практичні значення: «Перейменування – це дороге задоволення», «В такий час перетворень знадобилося б відволікати все керівництво міста на перероблення печаток, штампів, вивісок», «От перейменування товарів на полях не збільшиться».

Жданов також розуміється як символ, порожній від соціального, історичного, політичного чи інших надіндивідуальних вимірів змісту: «Батьківщина, дім для нас нерозривно пов'язані із Ждановим. ... Для нашого покоління зв'язку між ім'ям міста і особою А.О. Жданова немає. ... В мене просто немає бажання змінювати своє «місце народження», дитинства, юності». Ймовірно, завдяки саме такій орієнтації більшості населення збереглися назви населених пунктів на честь радянських героїв.

Найслабкішим місцем в аргументації «за Жданов» є саме особа Жданова: «Чи справедливо зберігати існуючу назву нашого міста після такої кількості публікацій у центральній пресі з негативними оцінками діяльності А.О. Жданова?», – пише один із читачів. Автори інших цитованих у газеті листів ім'я Жданова прямо пов'язують із сталінізмом, культом особи, проявом чого вважають і саму практику перейменування: «Перейменування Маріуполя на Жданов було нерозумним. Оскільки багато є славнозвісних героїв і державних діячів різних часів, але ж не можна постійно перейменовувати міста з назвами, що склалися історично», «Місту треба давати ім'я раз і назавжди, як і людині. Від «культу особи» треба відвикати. Не вистачить міст, щоб перейменувати їх на честь політичних діячів».

Сильним боком ціннісного поля символу «Жданов» виявляється його належність радянському політичному і культурному канону, в рамках якого визначення на зразок «видатний діяч партії та держави» (їх наведено в публікації «Не вдасться!», про яку йшлося вище) не втратили свого значення. «Цей спір розпалюють люди, незадоволені радянською владою», – пише один із читачів про дискусію щодо перейменування. Автор іншого листа порівнює прихильників «Маріуполя» з колишніми землевласниками, які в часи фашистської окупації «наводнили місто ... і почали розшукувати свої маєтки і називати їх колишніми іменами». Автор іншого листа обіцяє зазначену вище інтерпретацію подій довести до відома органів безпеки і центральних органів партії та держави.

Як бачимо, символи «Маріуполь» і «Жданов» актуалізують минуле як специфічний пласт значень, але в різних вимірах: перший – у гуманітарному, другий – у політико-ідеологічному. По-різному розуміються ці символи як засоби зв'язку між індивідуальним і суспільним рівнями взаємодії. Існують як канал отримання соціокультурних смислів із минулого спільноти, тим самим підтримуючи самосвідомість («Маріуполь»). Або, навпаки, відкидаються як зайвий тягар чи спрощуються до стану беззмістовного маркера географічного об'єкта («Жданов»). Можна припустити, що саме розуміння індивідуального як безвідповідального, анонімного, кинутого напризволяще стало фатальним для «Жданова» як назви міста. Виправдати його референта від обвинувачень в авторитаризмі, свавіллі, жорстокості, організації репресій, гонінь на діячів мистецтва тощо могло тільки звернення до його особистого життя, дитинства, сімейних трагедій, психологічних травм та інших фактів з арсеналу поширеного зараз жанру телебіографії. Але така стратегія була неможливою для прихильників «Жданова», бо лежить поза радянським політичним і культурним канонам, а саме – канонічним розумінням ролі особистості в історії.

Цікавим аспектом формулювання значень символів «Маріуполь» і «Жданов» є також дискурсивна стратегія автора огляду листів В. Черемних і редакції газети. Оглядачка добирає, класифікує, цитує читацькі листи і вибудовує таким чином зв'язок із наративом загальнодержавного рівня (звернення наприкінці публікації до матеріалів доповіді М.С. Горбачова з нагоди 70-річчя Жовтневої революції). Позиція автора тексту стає очевидною з перших рядків завдяки тому, як номінується привід публікації та її основна тема – «повернення місту його історичного імені». Отже, події довкола зміни назви міста отримують цілком позитивне значення: саме такі конотації мають у цьому контексті слова «по-

вернення» (замість можливого «зміна»), «історичне» (замість можливих «старе» або «попереднє»). Використання слова «ім'я» у значенні назви міста додає висловлюванню інтимного, ліричного відтінку, натякаючи на неформальне й емоційне ставлення до проблеми.

За надрукованими матеріалами маємо змогу аналізувати не так соціально-демографічні та інші характеристики учасників дискусії, як авторську стратегію подання цього розподілу. Підбір листів «за» і «проти» перейменування демонструє з обох сторін приблизно рівні частки людей молодих і старшого віку, працівників різних промислових підприємств, людей фізичної та інтелектуальної праці, різних професій та ін. У трактовці авторки огляду різниця думок, поданих у листах, пов'язана з особливостями індивідуального досвіду, рівня знань, характеру, але не з соціальними, економічними або політичними розбіжностями читачів, що надіслали листи. Інакше кажучи, учасники дискусії з обох сторін виглядають рівними у своїй індивідуальній неоднорідності, індивідуальній різноманітності. В. Черемних відзначає: «Різні люди, різний життєвий досвід, характер, принцип, рівень знань». І далі: «У кожної людини може бути власна думка з будь-якого питання».

Така ситуація може бути заданою уявленням (точніше – переконанням) про відсутність значущих соціальних розрізень у соціалістичному суспільстві, а також характером соціальної ієрархії з партією та її лідером на чолі, які виробляють ідеї та думки беззаперечні й абсолютно авторитетні для всього суспільства. Саме посиленням на доповідь М.С. Горбачова (генерального секретаря ЦК ЦПРС, голови політико-ідеологічної ієрархії радянського суспільства) авторка публікації підкріплює цитовані вище висловлювання: «І це багатоманіття, як сказано було М.С. Горбачовим на урочистому засіданні, присвяченому 70-й річниці Великого Жовтня, з розширенням демократії зростатиме, й усім нам треба звикнути до того, що у кожної людини може бути своє особисте судження щодо будь-якого питання».

Єдиним виключенням в авторській стратегії соціально-демографічної категоризації учасників дискусії є згадування про агресивні та некоректні висловлювання деяких ветеранів, як от: «Ми, ветерани війни і праці глибоко обурені... Це лише люди-трава, люди-слизняки можуть дійти до такого безглуздя»; «Я і мої колеги, які пройшли всю війну, а не книжок начиталися, проти писак, що перебували хто в Ташкенті, хто в Сибіру, а тепер теж ветерани, випросили собі посвідчення учасників війни и нумо писати»; «Мені здається, демократією і гласністю потрібно керувати, а то в нас уже розбежилися вкрай». Виправданням категори-

зації авторів цих листів для оглядачки є виховна роль, що її має виконувати преса, а саме: виховання в людей навиків ведення дискусії, вміння «поважати іншу точку зору, навіть якщо вона докорінно відрізняється від твоєї». У ствердженні виховної ролі преси авторка також спирається на текст доповіді М.С. Горбачова та інші актуальні партійні документи.

В огляді також поставлено питання щодо визначення легітимного шляху розв'язання проблеми. Це дає нам можливість розширити перелік агентів соціального простору, включених у цей процес. Так, авторка підкреслює відсутність публічно висловленої точки зору комсомольських і партійних комітетів, немає й офіційної позиції місцевої влади стосовно механізму розв'язання питання. Ці ідеї подано як редакційні нагадування міськвиконкому щодо пропозицій читачів.

Традиційний аналіз текстів, як бачимо, дає можливість реконструювати певну практику використання символів, актуалізації їх значень і прочитання їх смислів у конкретному соціально-історичному і соціокультурному контексті. Газетні публікації в цьому контексті розуміються як документ часу, що допомагає робити спостереження за тим, як функціонує офіційна ідеологія, як вона формує висловлювання щодо розуміння дійсності та соціальних інтересів влади і населення, різних його верств, як переосмислення певних символів уможливорює проникнення в публічний дискурс позаофіційних, латентних або маргінальних культурних моделей, формуючи таким чином смислову основу інноваційної дії соціальних суб'єктів. Такий аналіз (разом з економічним, політичним, історичним) є необхідною складовою загального соціологічного бачення соціокультурних трансформацій і змін, у тому числі пострадянських, духовних і культурно-семіотичних процесів періоду перебудови. Практичне значення таких досліджень стосується самоусвідомлення суспільства, в розглянутому випадку – місцевої спільноти, її розуміння власної ідентичності, історії, потенціалу.



Література

1. *Костенко Н., Іванов В.* Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. – К.: Центр вільної преси, 2003.
2. *Нора П.* Всемирное торжество памяти // Неприкосновенный запас. – № 40–41 (2–3). – 2005 // <http://www.nz-online.ru/index.phtml?cid=10010434>.
3. *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. – М.: «Логос», 2007.

ПОВСЯКДЕННЯ ПЕРШИХ МІСЯЦІВ (1941 – 1942 РОКІВ) ОКУПАЦІЇ ХАРКОВА В УСНИХ СВІДЧЕННЯХ ТА БІОГРАФІЧНИХ ДОКУМЕНТАХ

Постановка проблеми

Необхідність переосмислення подій Другої світової війни на базі нових джерел та методологічних підходів зумовлена тим, що впродовж усіх повоєнних десятиліть окремі сторінки нашого минулого замовчувалися або залишалися недостатньо вивченими. Особливо це актуально у дослідженні періоду окупації території України 1941–1944 років. Згідно з настановами сталінського тоталітарного режиму з його маніакальною підозрілістю та постійними пошуками ворога, всі люди, що проживали на окупованих територіях під час війни, автоматично втрачали довіру влади. А різноманіття повсякденного життя та будь-які суспільно-політичні процеси, що відбувалися на окупованій території, окрім контролюваного партизанського і підпільного руху, вважалися такими, що не підлягають вивченню і не могли бути предметом публічного обговорення. За словами Л.Гудкова: “За таких умов вищі соціетальні або загальнонаціональні цінності артикуються тільки в екстраординарній модальності, а саме в термінах подвигу, самопожертви, спасіння, прориву в нову реальність та зречення від буденності й повсякденності, нехтування “нормальним життям”. Екстраординарність — модус та умова відтворення таких цінностей. І навпаки, повсякдення не лише культурно не санкціонувалося й ідеологічно не забезпечувалося, але й тривалий час трактувалося як низьке, руйнівне чи навіть вороже начало... Звісно, від “надзвичайності”, зведеної в соціально-політичний культ, було недалеко до виправдання нескінченного масового терору” (Гудков, 1998: 38–39)

Як наслідок наукова, публіцистична та художня література про підпільний і партизанський рух на Харківщині налічує кілька сотень найменувань, натомість видана під час війни та повоєнна українська радянська історіографія про стан суспільства і його окремих груп у період окупації зводиться лишень до кількох документальних збірок та лічених жур-

нальних статей і розділів у колективних працях істориків (*Дубина*, 1942; *Новіченко*, 1942; *Шульга*, 1942; *Коваль*, 1965). Соціологічні розвідки з цієї проблематики майже зовсім відсутні.

У цьому контексті стає зрозумілим, наскільки важливими з наукового погляду є соціологічні дослідження суспільства періоду окупації України часів Другої світової війни, які були б здатні виокремити загальні та специфічні риси й чинники людської поведінки. Як люди долали скрутні умови підкупаційного життя? Які практики виживання поширювалися у повсякденному житті? В яких формах здійснювалася адаптація людини до принципово нових і дуже непростих умов життя? Пошук відповідей на ці питання і став головним завданням дослідження, результати якого почасти тут викладено.

Методи дослідження

Дослідження повсякдення суспільства в минулому передбачає неабиякі методологічні труднощі, в цілому добре описані у спеціальній літературі з історичної соціології. Сьогодні Другу світову війну відділяє від нас великий проміжок часу, багато подій стерлися з пам'яті або ж на них нашарувалися спогади та розповіді інших людей чи офіційна пропаганда. Тим, хто безпосередньо пережив війну, важко дотримуватися ціннісно-емоційної нейтральності у спогадах та тлумаченні подій того періоду. Вік людей, які пройшли крізь випробування тієї війни, сьогодні є досить похилим (70–90 років), що змушує до особливої пильності в оцінці свідчень респондентів. Треба також зазначити, що, спілкуючись зі свідками тих подій, ми отримуємо переважно жіночий чи “дитячий” погляд на реалії часів окупації, що пояснюється, насамперед, об'єктивними причинами — саме жінки та діти (підлітки) становили основну масу населення підкупаційних територій.

Тому задля отримання більш різнобічного знання про підкупаційну повсякденність, у дослідженні була розвинута та застосована методологія збирання даних, яка поєднує можливості глибинних інтерв'ю з очевидцями подій та аналізу біографічних документів (щоденників і письмових спогадів того часу). Комбінація таких методів дала змогу, з одного боку, подолати “перекіс” у бік жіночого та “дитячого” поглядів на те, що відбувалося під час окупації, нівелювати певні “прогалини” або “нашарування” пам'яті у сьогоденних спогадах респондентів, а з іншого боку, доповнити індивідуальні історії життя, подані в біографічних документах, масовими свідченнями про події та реакцію на них.

З метою виявлення типових практик виживання населення за умов окупації Харкова було опитано у грудні 2006-го – листопаді 2007 року 25 осіб, які в період окупації з 25 жовтня 1941-го до 23 серпня 1943 року (і зокрема в лютому – березні 1943 року, коли окупацію на певний час було перервано) перебували в Харкові або його найближчих передмістях. Серед опитаних 9 чоловіків 1927–1934 років народження (36%) та 16 жінок 1911–1925 років народження (64%). Тобто на час проведення опитування наймолодшому з респондентів чоловічої статі було 73 роки, найстаршому – 80 років. Серед жінок ці межі становили 82–96 років.

Враховуючи вік респондентів та суттєву емоційно-ціннісну забарвленість сприйняття подій війни 65-річної давнини, було вирішено відмовитися від формалізованих або напівформалізованих інтерв'ю на користь глибинних інтерв'ю за певним сценарієм. Сценарій містив такі проблемні блоки для обговорення:

- як зміни режиму під час війни вплинули на способи життя населення;
- ставлення до окупаційного режиму, зміни в ставленні за період окупації та чинники таких змін;
- вплив прифронтової зони та політики окупаційної влади на повсякденну поведінку мешканців міста;
- які проблеми найбільш турбували мешканців під час окупації;
- яким чином люди розв'язували (прагнули розв'язувати) ці проблеми;
- особливості функціонування соціальної сфери міста під час окупації.

В головному практично всі розповіді респондентів про пережите, про практики виживання, про відносини між окупантами й цивільним населенням міста суттєво збігаються.

Усні свідчення харків'ян, що пережили окупацію, порівнюються з матеріалами біографічних документів відомих людей, які теж пройшли через окупацію. В дослідженні були використані біографічні свідчення як тих, хто стояв осторонь або боровся з окупаційною владою, так і тих, хто співпрацював з окупаційним режимом, а після його зламу залишив місто з німецьким військом та провів решту життя в еміграції. Такий матеріал дає можливість подивитись на події окупації також очима людей, які не зазнали на собі впливу повоєнної радянської пропаганди та цензури. Саме під цим кутом зору є важливими спогади колишнього голови Харківської міської управи (1942–1943) О.Семененка (*Семененко*, 1992), відомого мовознавця та літературознавця Ю.Шевельова (Юрія

Шереха) (*Шевельов*, 2001), громадської діячки О.Соловей (*Соловей*, 1985) та ін. В цьому контексті одним із цінних свідчень епохи є щоденник українського письменника А.Любченка (*Любченко*, 1999), який в підокупаційному Харкові співробітничав з газетою “Нова Україна”. В дослідженні як додатковий матеріал використано також спогади відомої акторки Л.Гурченко (“Аплодисменты”) (*Гурченко*, 2001), дитячі роки якої також припали на період окупації в Харкові.

Неабиякий інтерес має погляд на становище населення на окупованих територіях України О.Верта, котрий як британський військовий журналіст був прикомандирований до військ Радянської армії під час їхнього наступу й узагальнив свої враження у книжці “Росія у війні 1941–1945” (*Верт*, 2003), цілий розділ якої присвячено саме Харкову.

У дослідженні використано також друковані останніми роками спогади пересічних харків’ян, які пережили окупацію в Харкові й тільки за більш як 60 років після описуваних подій змогли донести своє бачення тих часів до широкого загалу: О.Іваницького (*Іваницький*, 2006), В.Устьянова (*Устьянов*, 2006), Р.Рибальченка (*Рибальченко*, 2006) та ін.

Така широка представленість думок різних авторів, які посідають різні часові, вікові, політичні та соціальні позиції, допоможе повніше осягнути масштаб трагедії населення, яке опинилося на межі виживання в окупованому місті.

Аналіз даних: сприйняття факту окупації міста

Сприйняття факту окупації міста та первинні практики виживання за надзвичайно складних умов війни та окупації були суттєво зумовлені загальним ставленням особистості до факту окупації. Наприклад, ось як піднесено й патетично 2 листопада 1941 року розпочав свій щоденник український письменник Аркадій Любченко, який пережив трагедію репресій українських письменників у 1930-х роках, за власним бажанням залишився в Харкові й убачав в окупації шлях до звільнення України від більшовизму:

“Україна воскресє. В руїнах війни, в пожежах, з попелу виникає, як фенікс. Харків майже наполовину спалений більшовиками, знищений. Я все це бачив. Скільки пережито за останній місяць! А скільки ще попереду — і голод, і холод, і злидні, і кров... Але мій нарід, пройшовши це страшне горнило, зазнає нового кращого життя ” (*Любченко*, 1999: 7).

Уже на початку щоденника (10.11.1941) А.Любченко захоплено пише:

“В управі, в загальній залі адміністр.[ативного] відділу добре намальовані плакати: “Слава великому німецькому народові” (і свастика), далі — великий золотий тризуб і з другого боку знову такого ж розміру плакат, писаний староукраїнським письмом і жовто- блакитним коліром: “Слава вільній Україні!” (Любченко, 1999: 15).

Але більшість мешканців міста без “захоплення” зустрічали прихід нової влади. Передбачаючи нелегкі часи, люди перед входженням війська Вермахту запасалися харчами, іншими необхідними речами. Виходячи з інтерв'ю та спогадів, населення турбувала не стільки проблема окупації як така, скільки можливі негаразди із продовольством, теплом, одягом та інші побутові проблеми. Очевидці тих подій стверджують, що напередодні вступу до міста перших німецьких військ було кілька днів повного безладдя та хаосу. Це відбулося внаслідок того, що більшість військ та міліції вже відійшли з міста, керівна ланка цивільної влади також евакуювалася на Схід. Почалися масові пограбування залишків продовольства та матеріальних цінностей з боку городян.

Валентина М.:

“Все остатки, которые в магазинах остались, люди ринулись туда. Это помню — магазин, детский сад, потом — ХАИ тоже, в общем шастали — кому что нужно, хапали все, что может пригодиться. Ну не взяли бы мы, взяли бы немцы. ”.

Олег Х.:

“Я помню, как разграбляли, когда наши отступали. Все горело, и люди врывались в склады... вот в “Гиганте” были склады на первом этаже, в подвале. Ну, когда немцы наступали, бомбили, и уже наши уходили с Харькова... вот там и мыло было, порошки какие-то...”

Олександр К.:

“Началась война... через пару дней, нет – месяц – грабеж начался. Ну, магазины грабили, бросили ж... никакой власти, ничего. Вот, по магазинам растаскивали что могли. Моя мать притащила кучу галстуков, досталось ей. Напротив, на Ивановке, был завод шампанских вин, я сам туда ходил, ну, пацаненком, заглядывал. Плавали напивишися, которые пили, вот. Из чанов выте-

кало вино это. Там какой-то мед, искусственный мед был, тоже черпали, таскали домой, кто что мог..”

Це підтверджує і Р.Рибальченко:

“...на заводі шампанських вин відкрутили кран із цистерн, вино текло річкою, люди пили його з підлоги, як свині, та наточували в відра” (Рибальченко, 2006: 43).

То був час, коли міська спільнота піддалася тому соціальному божевіллю, що є масовою реакцією людей на руйнацію ціннісно-нормативних устоїв суспільства в умовах невизначеності подальших способів життя. Продовжуючи думку Є.Головахи та Н.Паніної (*Головаха, Панина, 1994*), можна стверджувати, що страх, який вилився в таке соціальне божевілля, виник унаслідок розладу психологічних механізмів адаптації до невідомої ціннісно-нормативної системи, яка створювалася в результаті неминучої окупації. В даному разі страх виступив у своїй крайній формі – масовій паніці, яка є винятково складним соціально-психологічним феноменом і має ефект соціального зараження.

У таких актах пограбування брали участь не всі городяни. Ті мешканці, які вважали себе інтелігенцією, не вдавалися до таких дій завдяки вихованню та з інших причин, таких як надія на швидке повернення життя в нормальне річище.

Ю.Шевельов:

“Децо з крамниць спалено, децо розграбувала та частина населення, яка не була політично підозріла. Ні мати, ні я не брали в цьому участі... Це означало – інші могли мати запаси на місяць або й більше, ми – хіба на два-три тижні” (Шевельов, 2001: 297).

Лукер’я Н.:

“Ничего не было, даже то, что было, и то разграбили... вот, скажем, у нас в Баварке, там есть хлебзавод, есть пивзавод. Тут много продуктов было. ... А вот эти два завода, кто ближе люди, то конечно... Но мы ж не привыкли красть, Вы понимаете, не привыкли без разрешения что-то брать...! ...Не привыкли, и мы думали, что это временно. Думали, ну пойдут, ну придут, но все равно быстро будет освобождение, и как-нибудь обойдемся, вот так вот. Конечно, потом пришлось туго...”

З цього приводу розмірковує й О.Гончар у своєму щоденнику:

“До вечора в місті черги. Черги за всіма продуктами, особливо за хлібом. Я лаяв обивательське боягузтво, а можливо, й надаремно: може, те борошно, взяте в перший день, врятувало якусь сім’ю в

голодну німецьку зиму 1941–1942, коли Харків вимирав з голоду” (Гончар, 2002: 11).

Більш дипломатично про хаос, який творився в покинутому напризволяще місті, пише О.Генкіна (Генкіна, 2001), яка вважає, що:

“...Радянська влада все, що не могла вивезти, роздавала мешканцям міста безкоштовно; люди несли буханки хліба, овочі, патоку з кондитерської фабрики, а потім і роздавати було нікому, самі брали, що ще лишилось” (Генкіна, 2001: 23).

Але Радянська влада не тільки “роздавала” мешканцям міста безкоштовно продукти та речі. За наказами командування стратегічні об’єкти нищилися спеціальними загонами. Ось як про це пише у своїх спогадах В.Устьянов:

“Ще фронт гуркотів за межами міста, а центр Харкова вже плав. Великі будівлі охоплювалися полум’ям, і вогонь перекидався на сусідні житлові будинки, покинуті й не покинуті мешканцями. Тільки спалахували будинки не від ворожих рук: це сумлінно працював наш рідний загін паліїв особливого призначення; начебто Червона Армія залишала Харків назавжди, і нічого не мало дістатися ні німцям, ні жителям міста...” (Устьянов, 2006: 130).

Істотну провину за те, що згодом сталося з населенням міста, О.Семеновко покладає на радянське керівництво. Він також стверджує, що:

“...в останні дні перед тим, як німецьке військо зайняло Харків, над фабричними районами стояв дим і палахкотіло полум’я. З Москви надходили в гарячковому поспіху, але точно і детально сформульовані накази про те, що саме треба вивозити і що треба нищити” (Семеновко, 1992: 136).

Про таку політику радянського керівництва пише й англійський журналіст О.Верт:

“Радянська політика “спаленої землі” в промислових районах з самого початку створила величезні труднощі для німців...” (Верт, 2003: 427).

Можна тільки здогадуватись, які “труднощі” така політика створила для цивільного населення України. Такі дії радянської влади, які збіглися в часі з масовою евакуацією частини населення та з наближенням фронту, ще більше підігрівали панічні настрої городян, вселяючи страх перед майбутнім.

Причини масового поширення такої катастрофічної свідомості потрібно шукати в подіях минулого. Більшість дорослого населення міста

спиралася в таких своїх діях на індивідуальний досвід нещодавньої історії, який цим людям довелося пережити, – досвід революції, громадянської війни, першої німецької окупації, голоду 1933–1934 років, передвоєнних політичних репресій. Саме цей досвід підказував більшості мешканців міста, що зміна влади не віщує нічого втішного, тому потрібно рішуче діяти, щоб якимось чином забезпечити очікуване нелегке майбутнє.

У цьому випадку, оперуючи термінами А.Шюца, ми можемо говорити, що відбулося об'єктивування досвіду. Механізмами його реалізації виступили ідеалізація і типізація, оскільки досвід, до якого ми звертаємося в повсякденному житті, є певною схемою, що систематизує “навний запас знань”. Попередній досвід, за визначенням, є типізованим, він не може бути простою сукупністю розрізнених фактів: ми звично відносимо кожен річ до певної групи, тобто займаємося класифікацією об'єктів. І в даний історичний момент відбулося одночасне типізування і трансляція на сучасність попереднього досвіду великою кількістю людей, які мали спільне минуле.

Тому, маючи витоки в індивідуальному досвіді, страх перед майбутнім у багатьох городян транлювався в колективну катастрофічну свідомість, таким чином соціалізуючи їх. Перетворившись з індивідуального відчуття в колективне, страх перед зміною повсякденних практик на тлі практично відсутньої інформованості про реальність загрози, перетворився під час безвладдя в деструктивні форми масової паніки.

Але в ті жовтневі дні люди ще не здогадувалися про страшні випробування, призначені їм долею. Більшість мешканців Харкова припинили в очікуванні нової влади та нових порядків, масова паніка вщухла напередодні вступу німецьких військ.

І ось 24 жовтня 1941 року більшість харків'ян вперше побачили німецьких солдатів, які практично без бою входили в покинуте радянськими військами місто. Більшість свідків відзначають ту буденність, з якою відбулася ця, по суті, непересічна подія.

Найбільш вдалий опис цього знаходимо у спогадах Л.Гурченко:

“В городе как будто все вымерло. Только по бульварной мостовой Клочковской улицы шли немецкие войска, ехали машины, танки, орудия. Не было ни выстрелов, ни шума. Жители группками осторожно спускались вниз по Клочковской, чтобы поближе разглядеть: какие же они, немцы? Немцы шли, ехали молча. Никакой радости, никакого ликования по поводу взятия крупного города не было. Все холодно, четко, равнодушно. На жителей не смотрели.

Мы разглядывали их дымчато-серую форму, лица, погоны. У некоторых под подбородками висели железные кресты. Впервые увидели и немецкие танки, тоже с крестами. Несколько дней было затишь. Вообще не чувствовалось, что вошли враги. Началось все позже”(Гурченко, 2001:21).

Як і у випадку з масовою панікою перед вступом німецьких військ до Харкова, більшість населення також здебільшого, підсвідомо типологізуючи свій попередній досвід життя за умов постійних змін влади впродовж кількох останніх десятиліть, а згодом спорадичних репресій тоталітарного режиму, спрямованих на ту чи ту верству населення, обирало шлях вичікування, не вдаючись ні до яких дій.

Але певна частина населення зустріла прибуття військ вермахту з неприхованою радістю. Саме ці люди, як зазвичай вважають, і були налаштовані найбільш вороже до радянської влади й у своїй більшості свідомо лишилися під окупацією, маючи надію на швидкі зміни.

Ось як Ю.Шевельов згадує перший день вступу німецьких військ до міста:

“Харків’яни вийшли на вулицю... Руїни ще димували. Гуляльники в святкових убраннях сповнили вулиці. Нечисленні німецькі вояки тонули в морі гуляльників. Осінній день був теплий. Усе раділо. Старе скінчилося, мало початися нове... День був погожий, і це були перші німецькі солдати, жовте листя, бите скло були як музика на підошивах” (Шевельов, 2001: 297).

Тобто з цього та інших подібних свідчень очевидців можна зробити висновок, що певна частина населення з початку окупації була налаштована на співпрацю з окупантами, і такі дії з боку деяких городян, нарівні з намаганнями будь-яким чином залишитися в окупованому місті врозріз з наказами, можна вважати першими фактами прояву громадянського колабораціонізму. Такі дії певної частини населення також були ґрунтовані на попередньому життєвому досвіді, але іншому, ніж у більшості городян. Цей досвід, напевно, підказував декому, що треба шанобливо ставитися до будь-якої влади, і тільки завдяки цьому можна вижити, а може й покращити свої статки.

Інші, напевно, пов’язували з приходом німецького війська надії на зміну політичної системи, що також ґрунтувалися на попередньому досвіді, який, можливо, був пов’язаний із подіями попередньої німецької окупації Харкова під час громадянської війни та подальшими політичними репресіями з боку радянської влади.

Надії частини населення на кардинальні зміни на краще в житті з приходом нової влади були розвіяні не одразу. Деякий час суспільство ще жило за інерцією радянських часів із невеликими вкрапленнями “нового порядку”.

Аналіз подальших подій в Харкові перших місяців окупації в розрізі усних розповідей свідків та письмових біографічних документів дає складну та сповнену трагізму картину життя мешканців міста у ті страшні часи – картину, яку не змалює жодний офіційний документ (*Крижний, 2008*). На підставі усних свідчень та біографічних документів, порівнюючи їх з офіційними документами німецького командування, органів українського самоврядування тощо, можна відтворити жахливу ситуацію, в якій опинилося населення міста під час окупації. І тільки цілком усвідомивши становище населення, ми маємо моральне право робити висновки – чи мали люди можливість вижити якимось іншим чином, чи ж, у багатьох випадках, саме контакт з окупантами був тим єдиним способом, який міг врятувати життя з огляду на особливо жорстокий характер окупаційного режиму. Для жителів Східної Європи стояло питання не: “колабораціонувати чи не колабораціонувати?”, а “як вижити?”. Вибір можливостей був мінімальним” (*Грицак, 2000: 232*).

Здається, Ортега-і-Гасет сказав: “Я – це Я і мої обставини”. Тому, вважаючи на складність досліджуваного явища, потрібно насамперед розкрити обставини, в яких опинилося кожне “Я” під час окупації. З огляду на це вважаємо, що застосування такого комбінованого методу збирання та аналізу біографічних матеріалів є науково більш плідним, ніж використання в дослідженні лише усних свідчень очевидців або тільки біографічних документів. Таке поєднання свідчень, спогадів та офіційних документів саме й дає змогу зробити соціологічну реконструкцію такого складного періоду, як окупація. Адже саме в реконструкції соціального, прагненні глибше зрозуміти процеси, що відбувалися в нашому суспільстві в різні історичні періоди, зокрема й під час війни, полягає необхідність соціологічних розвідок з історичної тематики.



Література

1. *Верт А.* Россия в войне 1941–1943. – М.: ЭКСМО, 2003.
2. *Генкіна О.* Два роки за «нового порядку». – Х.: Школа, 2001.

3. *Головаха Е.И, Панина Н.В.* Социальное безумие. История, теория и современная практика. – К.: Абрис, 1994.
4. *Гончар О. Т.* Щоденники (1943–1967): У 3 Т. – Т. 1. – К.: Веселка, 2002.
5. *Грицак Я.* Нариси історії України: Формування модерної української нації XIX – XX століть : Навч. посібник. – К. : Генеза, 2000.
6. *Гудков Л.* Перемога у війні: до соціології одного національного символу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1998. – № 3. – С. 36 – 45.
7. *Гурченко Л. М.* Аплудисменты. – М.: Центрполиграф, 2003.
8. *Дубина К.* Варвари двадцятого віку. – Саратов: Нива, 1942.
9. *Іваницький О.* Німецька окупація. 1941–1943. Спомини про події під час окупації в місті та на селі // Спогади. Життя як воно є: Альманах. – Х. : Курсор, 2006. – С. 101 – 125.
10. *Коваль М. В.* Історія пам'ятає. Кривавий шлях фашистів на Україні. – К.: Політвидав, 1965.
11. *Крижний С.* Повсякдення перших місяців (осінь 1941 – весна 1942 років) окупації Харкова в усних свідченнях та біографічних документах (у контексті соціологічного вивчення явища громадянського колабораціонізму) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2008. – № 2. – С. 118–140.
12. *Любченко А. П.* Щоденник. – Львів; Нью-Йорк: Березіль – Маріян Коць, 1999.
13. *Новіченко Л.* Гітлерівська кріпаччина. Про “німецьку земельну реформу” на тимчасово окупованій Україні. – Саратов: Укрзидат при ЦК КП(б)У, 1942.
14. *Рибальченко Р.* Підкови на снігу. – Х. : Курсор, 2006.
15. *Семененко О.* Харків, Харків... – Харків; Нью-Йорк: Березіль – Маріян Коць, 1992.
16. *Соловей О.* У Просвіті та навколо // Дражевська Л., О. Соловей. Харків у роки німецької окупації. Спогади. – Нью-Йорк: Б.В., 1985.
17. *Устьянов В.* Спогади колишнього остарбайтера. 1941-1946. Записки про вимушені пригоди хлопця з Харкова, що був вивезений до Німеччини // Спогади. Життя як воно є: Альманах. – Х.: Курсор, 2006. – С. 127–181.
18. *Шевельов Ю. В.* Я – мене – мені... (і довкруги): Спогади: у 2 Т. – Т. 1. – Х. : Вид. часопису «Березіль», 2001.
19. *Шульга З.* Українське селянство не буде у фашистській неволі. – Уфа : Вид. ПУ, 1942.

ЕКОНОМІЧНА МОРАЛЬНІСТЬ ПОЛЯРНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ МІСТА ЛЬВОВА

«Економічна моральність» – одне із межових науково-публіцистичних понять, науковість якого, втім, іще тільки дискутується у соціогуманітарному дискурсі. З одного боку, це поняття вкрай містке і таке, що містить потенціал для плідних проєкцій у сферу публічної соціології, з її спрямованістю на соціальний критицизм, який часом означають як лівацтво, а з іншого боку, це суперечливе поняття, оксиморон, у якому синтетично поєднані складові з різних соціальних світів і, відтак, з різних смислових систем (Кондратик, 2008).

Концептуальна модель дослідження

У грудні 2007 – січні 2008 року було проведено фокус-групове дослідження економічної моральності полярних груп населення міста Львів. Учасники шести фокус-груп представляли основні полярні групи мешканців Львова за критеріями статі, віку, рівня освіти, типу зайнятості та рівня матеріальних доходів. Відповідно до нашої теоретичної інтерпретації, приналежність до цих груп створює стійкі соціальні диспозиції, зокрема у тому, що стосується нормативних аспектів економічної діяльності. Кожна з утворених груп була гомогенною за названими вище основними критеріями, за якими у межах цього дослідження ми інтерпретуємо соціальний статус учасників фокус-груп як відносно низький та відносно високий. Їх гомогенність, згідно з однією з вихідних гіпотез, давала змогу отримати змістове наповнення поняття «межі прийнятної в економічній поведінці» для конкретних полярних груп населення, виявити особливості встановлення конкретних режимів еквівалентності у соціально-економічних взаємодіях.

Фокус-групи формувалися за схемою, поданої в таблиці. У перші три групи ввійшли жінки і чоловіки з низьким фінансовим, освітнім і посадовим статусом – наймані працівники із середньою незакінченою, чи закінченою середньотехнічною освітою, з доходом менш як 500 грн на місяць. У другі три групи входили жінки та чоловіки з вищими фінансовим, освітнім статусом і статусом зайнятості – самозайняті, з вищою освітою або ті, хто навчається у ВНЗ, з місячним доходом більш як 1500

грн. на місяць. Відповідно, кожна з груп представляла молоду, середню чи старшу вікову категорію.

Таблиця

Композиція фокус-груп

Місячний дохід	Вік		
	18–30 років	31–45 років	46–60 років
Менш як 500 грн.	1 група Жінки та чоловіки: наймані працівники з середньою незакінченою, закінченою чи середньо-технічною освітою	2 група Жінки та чоловіки: наймані працівники з середньою незакінченою, закінченою чи середньо-технічною освітою	3 група Жінки та чоловіки: наймані працівники з середньою незакінченою, закінченою чи середньо-технічною освітою
Більш як 1500 грн.	4 група Жінки та чоловіки: самозайняті, з вищою освітою або ті, хто навчається у ВНЗ	5 група Жінки та чоловіки: самозайняті, з вищою освітою або ті, хто навчається у ВНЗ	6 група Жінки та чоловіки: самозайняті, з вищою освітою або ті, хто навчається у ВНЗ

Фокус-групове дослідження мало допоміжний характер і було спрямоване на верифікацію гіпотез, сформованих на попередньому етапі, змістове насичення соціальних портретів, сконструйованих на підставі інтегрованих показників економічної моральності та дослідження режимів встановлення еквівалентності, використовуваних полярними групами населення Львова. Поняття «режими еквівалентності», введене в науковий обіг французькими науковцями Люком Болтанські та Лораном Тевено, позначає системи інтерпретації, які дають змогу налагоджувати адекватну комунікацію (*Boltanski, Thevenot, 1991*). Вказані системи інтерпретації, якщо йдеться про предмет цього дослідження, цікавлять нас у частині, що стосується мотивацій індивідів у соціально-економічних взаємодіях. Власне, зміст цих мотивацій, а саме їхня релевантність до специфічних норм та цінностей є основою для розмежування трьох режимів встановлення еквівалентності: *режиму публічної конвенції* чи морального виправдання, *функціонального режиму* та *режиму близькості*.

Конкретний зміст групових дискусій був зорієнтованим на виявлення типу легітимації учасниками власних дій в економічній сфері, тобто зображення цих дій як таких, що відповідають певним нормативним системам чи виправдовуються певними міркуваннями. Аналогічно ана-

лізувалася й обернена ситуація, тобто те, які нормативні системи чи міркування учасники фокус-груп використовують для зображення певних дій в економічній сфері як неприйнятних і таких, що заслуговують на покарання (*Boltanski, Thevenot, 1991; Тевено, 2000*).

Специфіка групових дискусій

Уже перша з проведених фокус-груп дала змогу сформулювати припущення про те, що встановлення конкретних режимів еквівалентності становитиме основний зміст фокус-групових дискусій, а звернення одних учасників фокус-групи до інших з метою отримання схвалення та легітимації власних поглядів чи позначення власного досвіду взаємодій в економічній сфері як «морального», «чесного», «нормального», «значущого» будуть постійними. Окрім того, стало зрозуміло, що навіть у межах гомогенних груп будуть спроби встановити різні режими еквівалентності. У зв'язку з цим виникла необхідність визначення понять *«успішна спроба встановлення режиму еквівалентності»* та *«неуспішна спроба встановлення режиму еквівалентності»*. Успішною спробою ми називаємо визнання певної системи ціннісно-нормативної мотивації релевантною щодо виправдання чи осуду неправових дій в економічній сфері більшістю учасників фокус-групи. Із цього визначення випливає дефініція поняття *«домінантний режим встановлення еквівалентності»*. Неуспішною спробою вважаємо ініціювання учасником (чи кількома учасниками) фокус-групи визнання певної системи ціннісно-нормативної мотивації релевантною щодо виправдання чи осуду неправових дій в економічній сфері, яке заперечує більшість учасників фокус-групи.

Зміст дискусії дав підстави говорити про дотримання учасниками режиму близькості, тобто ціннісно-нормативної мотивації, яка використовується суб'єктом задля легітимації соціальних дій та практик і визнає релевантними до їх оцінки такі поняття, як «родинні зв'язки», «особисте знайомство», «особисті зобов'язання», «послуги».

Окрім цього, так би мовити, фонового режиму, щодо якого встановилася згода між учасниками фокус-групи, зміст дискусії визначався конкурентними спробами встановлення двох режимів: режиму публічної конвенції та режиму функціональності. Дотримання першого режиму більшою мірою проілюстрували своїми висловами учасниці жіночої статі, в той час як дотримання другого режиму виявилось більшою мірою характерним для осіб чоловічої статі.

Так, зокрема, одна з учасниць, відповідаючи на запитання про можливість виправдати поведінку людини, яка за свою роботу вимагає надмірно високу оплату, сказала: *«Ну, звичайно, таких людей засуджую. ...Це некультурність і хамство...»* (Мар'яна, ФГД1). Вартим уваги видається те, що апеляція здійснювалася не до релігійної чи правової нормативної системи, такі поняття, як «гріх» чи «злочин», не вживалися. Відповідаючи на запитання про оцінку нею явища хабарництва, та сама учасниця зазначила: *«Коли мені треба і я даю – це нормально, але коли мені кажуть самій...то я не хочу давати: мені не треба, а вони вимагають. До цього я погано ставлюся»* (Мар'яна, ФГД1). Тут не йдеться про релевантність будь-яких нормативних систем до оцінки ситуації дачі хабара, йдеться натомість про прагматичні міркування, висловлені імперативами «треба» і «не треба». Легітимувальним чинником пропозиції та отримання хабара визнається консенсуальний характер такої взаємодії.

Інтерпретацію практик хабарництва та виправдання чи засудження їх із позицій «входження» в конкретну ситуацію та порівняння переваг і витрат обох сторін, задіяних у таких обмінах, як видається, поділяли всі учасники першої фокус-групи. *«Є такі довідки, що вони дійсно коштують гроші... Якщо я хочу, щоб мені довідки прискорили, то я сама даю хабар тому чиновникові»* (Зоряна, ФГД1). *«Є лікарі, яких потрібно "пройти". То означає, що вона пішла тобі понаставляла те, що тобі підходить. Це нормально. Так має бути. Так і буде»* (Олег, ФГД1).

Предметом суджень учасників **другої фокус-групи** був не лише повсякденний особистий досвід чи досвід інших, а й ширші соціальні процеси й тенденції. На відміну від попередньої «молодіжної» групи, у цій групі схвалювали або визнавали неморальні чи незаконні практики припустимими значно рідше. Щодо попередньої групи можна говорити про встановлення функціонального режиму еквівалентності, а в цій групі так само чітко можна говорити про встановлення режиму публічної конвенції.

Прикладом спроби встановлення функціонального режиму еквівалентності є така думка учасниці: *«Я не буду засуджувати, якщо продавець буде обважувати "в міру". Я розумію ситуацію, в якій є цей продавець...»* (Люба, ФГД2). Натомість погляди учасників, які засуджували неморальну та протизаконну поведінку в економічній сфері, були більш емоційно навантаженими, претендували на вищу легітимаційну значимість. *«Засуджую, тому що вони навчають людей брати хабара зі всіх. Людина, яка пропонує взяти хабар, "плаває в грошах". Вона пере-*

стрибує через всіх... Потім ті, що беруть хабара, думають, що всі можуть дати гроші» (Людмила, ФГД2).

Тенденції, наявні у першій та другій фокус-групах, посилюються в **третій**. Емоційна насиченість, готовність піднятися з рівня власних повсякденних спостережень на рівень загальносуспільних узагальнень найбільше вирізняють цю групу серед перших трьох. У ній, як і в попередніх групах, наявні були апеляції до режиму функціональності. *«Простий пересічний українець за те, щоб цей хабар давати, бо це єдиний “канал”, де він може проскочити» (Андрій, ФГД3). «Недавно я програв суд.... Були би в мене ті тисячі, я би заплатив і я би виграв» (Володимир, ФГД3).*

Водночас режим функціональності учасники критикували: цей режим не є свідомо і добровільно обраним оптимальним способом економічної діяльності, а, навпаки, нав'язаним існуючою системою зв'язків, єдино можливим способом такої діяльності. *«Що з того, що я засуджую (хабарництво), якщо завтра мені потрібно буде вирішити проблему, а без хабара вона не вирішиться» (Андрій, ФГД3).*

І зрештою в цій групі режим публічної конвенції був прийнятий усіма учасниками. *«Виправдати їх не можна. Особливо чиновників. Тому що вони абсолютно нічого своєю власною роботою не роблять. Дають просто дозвіл, який можна отримати безкоштовно і офіційно, це є просто їхній обов'язок. ...Якби моральна людина була, вона би не давала і не брала ніяких хабарів» (Роман, ФГД3).*

Цікавим є те, що лишень у цій одній фокус-групі з-поміж шести прозвучали апеляції до релігійної нормативної системи. *«Треба віддати до копійки. Тому що тут, на цьому світі, то ще не все. А там є вічність. І там у кожної людини є ангел-хоронитель з великою книгою. І починає з самого ранку і аж до другого ранку, добу за добою, записує, що ця людина зробила, який вона гріх вчинила» (Марія, ФГД3).*

На фоні знання про відносно високі показники релігійності населення західноукраїнського регіону така, так би мовити, випадкова поява релігійної нормативної системи як чинника, що легітимує міркування респондента, викликає здивування. Ймовірним поясненням є те, що релігійна і соціально-економічна проблематики, можливо, все ще не сприймаються населенням як пов'язані між собою, незважаючи на поступову популяризацію різними релігійними конфесіями своїх соціальних доктрин.

У **четвертій групі** порівняно з групою учасників того самого віку, але нижчого соціального статусу, конкретна тематика суджень дещо відрізня-

лася: в той час як у першому випадку про неморальні та незаконні дії в економічній сфері йшлося у зв'язку із медичним обслуговуванням, відносинами купівлі та продажу в роздрібній торгівлі та взаємодіями з комунальними службами, в четвертій групі з'являється тема підприємницької діяльності, практично відсутня в попередніх трьох групах.

Помічені в попередніх фокус-групах «лінії поділу» групи в процесі встановлення режиму еквівалентності виявилися і тут. Поряд із чіткою маніфестацією конкурентних спроб встановлення двох режимів еквівалентності (функціонального режиму та режиму публічної конвенції) на тлі прийняття учасниками режиму близькості як фонового, для учасників цієї групи була характерною рефлексія з приводу функціональних та дисфункціональних аспектів незаконної та неморальної поведінки в економічній сфері.

«Ми самі привчаємо до цього. Ми самі це робимо» (Оксана, ФГД5). «Візьмемо, наприклад, ВНЗ. ...Один студент прийшов – несе гроші, а на пари взагалі не ходив.... А викладач зник – один дав, інший дав. А буває, що приходять студент, який чився, а викладач зник отримувати гроші. Для чого йому знання студента?» (Віталій, ФГД5).

У цій фокус-групі чітко простежується тема «замкнутого кола» – взаємопов'язаних та взаємозумовлених дій економічних суб'єктів, які підпорядковуються «системі», непідвладній індивідуальному вибору.

«Подивіться самі: скільки людей змінилося на високих посадах за останній час. Скільки людей у Верховній Раді, в раді міста Львова і взагалі по цілій Україні. Хіба щось змінилося? Прийде інша людина, і вона все рівно буде брати гроші» (Ігор, ФГД5).

Тематично значна частина **п'ятої фокус-групи** виявилася присвяченою підприємницькій діяльності й неправовим та неморальним діям, пов'язаним з нею. Очевидно, це пояснюється близькістю теми до повсякденних практик учасників цієї групи.

Виявлена раніше картина встановлення режимів еквівалентності значною мірою повторилася у цій групі. Режим близькості однаковою мірою беззаперечно сприймали всі учасники фокус-групи: цей режим легітиміє культурно детерміновані практики на межі формалізованої та неформалізованої взаємодії. Поняття «особистого знайомства», «вдячності», «послуги» сприймалися учасниками фокус-групи як такі, що мають легітимувальну силу, коли йдеться про порушення формальних правових приписів, які, зокрема, регулюють взаємодію громадян та державних службовців. *«Є державна законність і є людська законність. Нан-*

приклад, мені треба обминути чергу. ...Я прийшов і дав гроші. Це не протизаконно. Це є послуга і віддяка» (Олег, ФГД5).

Відмінністю цієї фокус-групи було те, що у ній фактично не було спроб встановлення режиму публічної конвенції. Міркування учасників фокус-групи стосувалися функціональних та дисфункціональних аспектів неправових практик в економічній сфері, але зрештою здійснювалися спроби легітимації таких практик прагматичними інтересами сторін, що взаємодіють. *«З цим я стикаюся постійно. Практично кожен день... і, звичайно, ставлюся негативно, але через обставини... в принципі мої видатки на хабарі незначні... я вважаю, що це є з їхньої сторони незаконні прибутки, а з моєї – виправдані витрати» (Олесь, ФГД5).*

На відміну від фокус-груп, в яких соціальний статус учасників був нижчим, у цій фокус-групі кількома учасниками було здійснено спробу заперечити релевантність моралі до пояснення неправових соціальних практик в економічній сфері. Вони апелювали до поняття «система», яку не під силу змінити окремій особі. *«Це (хабарництво) є визначеним механізмом загальної системи. Тобто, якщо визнавати це негативним, то треба визнавати негативною всю систему» (Володимир, ФГД5).* *«Але якщо він один почне змінювати систему – він не зможе» (Христина, ФГД5).* Водночас були і спроби підкреслити моральний вимір економічної поведінки, однак не використовуючи категоричних моральних оцінок. *«...Вони собі створили систему, в якій себе комфортно почувать і з якої мають додаткові і значні прибутки... Людина вибирає найкоротший шлях до досягнення мети. Якщо це неможливо досягнути нормальними способами, то людина йде на інші способи» (Олесь, ФГД5).*

Впадає у вічі суттєва відмінність від суджень, які прозвучали у групі осіб 46 – 60-ти років з відносно низьким соціальним статусом, які однозначно засуджували хабарництво, згадували про гріховність таких дій. Вказане спостереження цілком співзвучне із загальнішими міркуваннями щодо тісного взаємозв'язку соціально орієнтованої етики відкладеної нагороди за чесноти (і відповідно відкладеної відплати за гріхи) та низького соціального статусу і відчуття депривації тих, хто дотримується цих етичних систем. Соціальне, за своїм походженням, відчуття депривації реінтерпретується в межах таких етичних систем у термінах моралі. Цей механізм «внутрішньо» виконує психологічну компенсаторну функцію та слугує легітимації домагань до перерозподілу ресурсів на свою користь «назовні». Що ж до учасників 5-ї фокус-групи то, очевидно, відносно високий соціальний статус учасників амортизує можливе в іншому випадку гостре відчуття депривації та схильність до соціального протесту.

Попередньо виявлені тенденції були присутні і в межах **шостої фокус-групи**. Режим близькості, який у попередніх групах сприймався учасниками як «фоновий», тобто такий, що сприймається як samozрозумілий, у цій групі виявлявся подібним чином. *«...За виконану добросовісно і якісно роботу хочеться віддячити» (Олександр, ФГД6).*

Якщо моральні оцінки вважалися учасниками цілком релевантними до сфери неформальних міжособистісних соціально-економічних взаємодій, то стосовно формалізованих соціально-економічних взаємодій здебільшого використовувались поняття «обставини» та «система». *«Вся наша чиновницька система побудована за таким принципом, на жаль, що вони так тобі голову закрутують, що рідко яка людина не наважиться дати щось додатково, тільки щоб скоріше зробити» (Мирослав, ФГД6).*

Була виявлена тенденція до виправдання дій державних службовців, які звертаються з проханням про матеріальну винагороду за виконання своєї роботи. Таке виправдання може здійснюватися або з позицій функціонального режиму, або з позицій режиму близькості. У наступному судженні два названі режими встановлення еквівалентності поєднуються. *«Якщо людина зробила тобі добро, і ти хочеш їй просто віддячити і таку людину садять – мені це не подобається, а якщо людина нагло просить і говорить, що ти ніяк не пройдеши, поки не заплатиши – я задоволена, що таку людину садять» (Оксана, ФГД6).* Виправдання неправих дій в економічній сфері може здійснюватися і в режимі публічної конвенції, тобто із апеляцією до специфічних ціннісно-нормативних систем як таких, що легітимують подібні дії. В цьому полягає одна із найбільших відмінностей зі змістом фокус-групових дискусій, учасниками яких були люди із нижчим соціальним статусом.

Висновки

Дослідження економічної моральності із використанням методики сконструйованої відповідно до напрацювань соціології критики та виправдання Л. Болтанські і Л. Тевено дали змогу верифікувати результати, отримані у межах кількісного дослідження. Використовуючи базу даних щорічного соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України, ми порівняли значення інтегрованих показників економічної моральності та значення інтегрованого показника аномічної деморалізованості.

Було виявлено, що вказані полярні групи населення відрізняються і за цим показником, що дало змогу глибше зрозуміти їхні відмінності у

рівнях економічної моральності. Виявлено те, що представники соціальних груп, які можна позначити англomовним терміном *advantaged* і чий переваги полягають у високому рівні освіти, відносно високих матеріальних доходах, проживанні у великих населених пунктах, приналежності до чоловічої статі й молодого віку, значно більше залучені до соціальних практик в економічній сфері, які суперечать закону. Гіпотетичним висновком є те, що соціальна успішність в сучасному українському суспільстві переважно пов'язана із залученням до неправових та неморальних соціальних практик в економічній сфері. Приналежність до полярних груп за ознаками статі, віку, рівня матеріальних доходів та форми зайнятості пов'язана не лише із практиками, до яких залучені носії певних характеристик, а й зі специфічним змістом нормативних обґрунтувань, що використовуються у легітимації чи делегітимації цих практик.

Уточненню цих нормалізацій і було присвячене якісне дослідження. Його результати є такі. По-перше, з'ясувалось, що інструмент, запропонований Л. Болтанські та Л. Тевено, а саме використання поняття «режими встановлення еквівалентності» в аналізі соціальної комунікації, може бути застосований у дослідженні специфічного предмета нашого дослідження – економічної моральності: у судженнях учасників фокус-груп ми виявили ознаки всіх трьох режимів встановлення еквівалентності, розмежованих Л. Болтанські та Л. Тевено (режиму публічної конвенції, функціонального режиму й режиму близькості).

У всіх фокус-групах подано апеляції до кожного з трьох режимів встановлення еквівалентності, але водночас є можливість виокремити той, що домінує у конкретній групі. Для всіх фокус-груп було характерним те, що *режим близькості* слугував, так би мовити, фоном, прийнятною для учасників фокус-груп нормативною основою взаємодії, яка не піддається сумніву. Вказана особливість стосується як груп учасників із відносно високим соціальним статусом, так і груп учасників із відносно низьким соціальним статусом.

У групах учасників із відносно низьким соціальним статусом зафіксовано встановлення *режиму публічної конвенції*. При цьому у групі учасників, найстарших за віком (46–60 років), в оцінках дій в економічній сфері спостерігалася апеляція до таких понять, як «чеснота» та «гріх». Винятком стала лише група наймолодших за віком учасників (18–30 років), у якої не було зафіксовано встановлення єдиного режиму еквівалентності. Учасниці жіночої статі відстоювали релевантність режиму публічної конвенції та апелювали до «закону» і «моралі», в той час

як деякі з учасників чоловічої статі відстоювали релевантність функціонального режиму.

У всіх групах учасників із відносно високим соціальним статусом зафіксовано встановлення *функціонального режиму*, за якого релевантними до оцінки (схвалення чи осуду) дій в економічній сфері визнаються міркування, пов'язані з поняттям прагматичної цілі та співвідношенням переваг і витрат сторін економічної взаємодії. Серед учасників віком 41–60 років було зафіксовано спробу встановлення режиму еквівалентності, за якого неправові соціальні дії в економічній сфері виправдовуються як такі, що відповідають цінностям взаємодопомоги та солідарності і протистоять формальній нормативній системі і формальній структурі обміну ресурсами, яка має неефективний та репресивний характер.

Нашою метою у межах цього дослідження було не стільки продукування беззаперечних знань про предмет, скільки заохочення ширшої наукової дискусії та генерація гіпотез. А, власне, продукування таких знань, на нашу думку, може бути суто результатом тривалих трендових досліджень із залученням широкого спектра соціологічних методів.



Література

1. *Кондратик Л. М.* Межі конвенційності соціальних практик в економічній сфері у крос-національній перспективі (за результатами другої хвилі Європейського соціального дослідження) // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : Збірник наукових праць. – Харків: Видавничий центр Харківського університету ім. В. Н. Каразіна, 2007. – С. 237–242.
2. *Кондратик Л.* Концептуалізація понять «моральна економіка» та «економічна мораль» в історичній та соціологічній науці // *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. – 2008. – №2. – С. 103–117.
3. *Тевено Л.* Какой дорогой идти? Моральная сложность «обустроенного» человечества // *Журнал социологии и социальной антропологии*. – 2000. – Т. 3. – № 3. – С. 84–111.
4. *Boltanski L., Thevenot L.* De la justification. Les Economies de la grandeur. – Paris: Gallimard, 1991.

СМИСЛОТВІРНІ ОБРАЗИ В УЯВЛЕННЯХ ПРО ПОСЕЛЕННЯ

Повсякденне «соціальне тло» – той соціальний, техногенний і ландшафтний простір, у якому проходить життя людини, залишається, переважно, поза розглядом соціологів, адже соціологія є проблемно орієнтованою наукою. Це «тло» може бути приховане за актуальними подіями сьогодення людини. Але воно має важливі аспекти, які слідом за Ф. Брентано і М. Хайдеггером назвемо інтенціональними, такими, на які передовсім спрямована увага самої людини. Спробуємо виокремити в багатоаспектній картині стосунків людини зі своїм місцем проживання інтенціональні – значущі або й смислотвірні образи і поняття, спираючись на емпіричні дані. Для цього найліпше підходить якісний метод дослідження, базовим поняттям для якого має стати узагальнена назва того населеного пункту, який респондент вважає своїм.

Обґрунтування вербального терміна для дослідження

Щоб в інструментарії для дослідження дати респонденту точний орієнтир, який семантично інтегрує існуючі типи населених пунктів, розглянемо семантику термінів «поселення», «місце проживання», «населений пункт», «місто», «село», «хутір», «селище міського типу».

Слово «місто» означає великий населений пункт; адміністративний, промисловий, торговий і культурний центр. Інші тлумачення такі: місце, де відбувається базар; місцевість; місце; рідко вживані – ніби (неначе, немов); город, град (*Словник української мови*, 1973: 751). Ці значення, а також однокореневі слова: міст, вміст, зміст – створюють конотацію слова «місто» з певним місцем, відзначеним індивідуальністю, вписаним у ландшафт. Бачимо, що смисл назви цього типу поселення – місто – в українській мові відмінний від смислу, який має це поняття в російській мові – «город», яке означало захищену огорожею, укріплену частину поселення, що могла слугувати захистом від нападників.

Село – це населений пункт (звичайно великий) не-міського типу, жителі якого займаються, переважно, обробленням землі; інші значення – сільська місцевість узагалі; жителі села; синоніми – оселя, поселення, присілок, слобода, виселок (*Словник української мови*, 1973: 175). У

цілому назва «село» означає місце, де поселилися люди. Терміном «хутір» визначають мале сільське поселення за межами села.

Отже, основне поняття має об'єднувати вказані значення, спільні координати яких – місце в реальному ландшафті, де спільно постійно проживають люди. Було обрано термін «поселення» як узагальнюючий і нейтральний. Передбачалося, що кожна людина наповнює це уявлення особистим змістом, який транслюватиме під час дослідження.

Вибір методики дослідження

Скористаймося підходом С. Московічі (*Московічі, 1998*), який на основі запропонованого Е. Дюркгеймом поняття колективних уявлень розробив теорію соціальних уявлень. Він описав їх як когнітивний універсум людини і групи, що трансформує факти реального світу в щоденне актуальне знання. Соціальне уявлення має і понятійний, і образний характер, причому образи надають словам та ідеям певну тілесність, адже образи в уявленнях емоційно і змістовно наповнені фрагментами досвіду людей.

Під *соціальними уявленнями* розуміємо елемент духовного життя, що віддзеркалює особливості соціальних відносин його носія (людини, групи). Вони задають диспозиції інтерпретацій і очікувань ситуацій взаємодії, що їх сприймає особистість (група). Соціальні уявлення про світ є змістом картини світу людини загалом (*Ходорівська, 2005*), у них втілюються взаємовідносини людини і того поселення, яке вона вважає своїм.

Якісні характеристики соціальних уявлень, що їх можна отримати за допомоги глибинних інтерв'ю або фокус-груп (*Ходорівська, 2006*), мають спільною рисою мовний контекст. Проте особливість соціальних уявлень – те, що вони не є елементами лише свідомого людини, яке досить точно окреслюється вербально, частина їх належить до несвідомого, або до неусвідомленого змісту картини світу. Вони мають і раціональну, і емоційну, і чуттєву (сенсорну), і навіть інтуїтивно-орієнтаційну складові. Відтак деякі з образів легко описати вербально, а деякі складно: вони перебувають на межі свідомого, мають конотації із вмістом підсвідомого, є образами в уявленні.

Вибір малюнкового тесту як методики обумовлений прагненням розглянути, крім вербальних, ще й невербальні боки відносин людини зі своїм поселенням. Малювання для більшості людей – гра, яка асоціюється з дитинством, відбувається звернення до особистого, сутнісного, неформального (*Іонин, 1998*). Ця гра дозволяє проектувати в

малюнок не лише звичні, буденні ситуації «Я – поселення», а й актуальні позитивні або негативні її аспекти. Тут людина може видозмінювати реальність, символічно продукуючи в малюнку життєві смисли, відтворюючи досвід минулого, конфігурації сьогодення або прагнення майбутнього (Кримський, 2003; Василюк, 1993; Запорожець, Привалов, 2004).

Вважатимемо таку гру однією з можливостей творення особистісного міфу, в якому сюжетно переплітаються образи і символи, пов'язані з пережитими втратами і страхами, близькими людьми і значущими обставинами, із сподіваннями і прагненнями людини. В цьому міфі образи і сюжети з уявлень різних людей можуть продукуватися не лише як індивідуальні. У змісті цих уявлень виникатимуть також *архетипові образи*, що належать до колективного підсвідомого. Це ті образи, які, за К. Юнгом, пов'язані з комплексами інстинктивних психологічних рушіїв людей (Юнг, 1996). *Архетип* (від грецьк. *arche* – початок, *typos* – прототип, проформа) – певна універсальна структура образу уявлення, яка, зберігаючи подібність у загальних рисах, наповнюється в кожній людині індивідуальним досвідом (наприклад, архетипи матері, батька).

Методика тестування розроблялася на основі досвіду, набутого соціологами і психологами у проведенні й аналізі результатів проєктивних тестів (Соколова, 1996; Злобіна та ін., 2004; Анастаси, Урбина, 2005). Особливість тестування – мінімум пропонованих респонденту стимулів, позначається лише загальна тема. Її було сформульовано як «Я і моє поселення». Запропоновано намалювати поселення і себе, себе – з позначкою «Я». Зображення на малюнку себе – провокація респондента до розміщення Я-тілесного в умовному часі та просторі малюнка, до презентації *образу тіла*, тобто спонука до максимально особистісно-орієнтованого потракування уявлень.

Процедура опитування

Крім чистого листка для малювання і кольорових олівців¹ (перший етап), процедура опитування (на другому етапі) включала заповнення невеличкої анкети.

Дослідження здійснювалося переважно в Києві, частково – в Чорнобилі та в селах Карпат (Ясіня, Межигір'я) у грудні 2005 – травні 2006

¹ Не всі респонденти скористалися кольоровими олівцями; кожен шостий обрав чорний колір, ручку, фломастер тощо.

років. Частина опитування, проведена в Чорнобилі, планувалася для поповнення вибіркової сукупності людьми, які живуть у частих переїздах з одного поселення в інше (персонал працює за вахтовим графіком). Вибірка для дослідження формувалася за методом «снігової кулі». Її склали 342 респондента, віком від 17 до 77 років, 53% із яких жінки, а 47% – чоловіки.

Звернення інтерв'юєрів до респондентів із незвичним тестом не завжди спіткало розуміння і згоду; частка тих, хто відмовився брати участь в опитуванні, становить близько чверті вибірки. Ті, хто погодився, переважно поставилися до процедури опитування оптимістично, з цікавістю. Відтак переважно емоційне забарвлення малюнків є позитивним.

Результати тестування

Опишемо спочатку характеристики людей, що взяли участь у тестуванні. Після цього репрезентуємо образи, які були намальовані.

Більшість опитаних – кияни (77%), мешканців міст із населенням понад 250 тис. – 7%, мешканців маленьких міст – 11%, мешканців сіл – 5%. На запитання «Де Ви народилися?» 86% респондентів відповіли, що в Україні, 9% – у Росії, близько 2–3% – в іншій республіці СРСР або іншій країні. Попри те, що 77% опитаних – кияни, менше третини з них прожили в Києві більшу частину дитинства. Більшість із дитинства мають досвід проживання в інших типах поселень: у великих і середніх містах – кожен сьомий, у маленьких містах – кожен четвертий, у селах – кожен п'ятий з опитаних. Незначна їх частка прожила частину дитинства за межами України, в містах або селах.

До вибірки дослідження великою мірою потрапили люди з високою мобільністю. Менше половини опитаних переважно проводить своє життя в одному населеному пункті, більше чверті часто виїжджають із свого місця проживання, і майже чверть опитаних живуть у двох або більше місцях. Постійно переїжджають або живуть не у «своєму» населеному пункті незначні частки респондентів. Географія міграції тих респондентів, що живуть у кількох місцях, охоплює близько 30 населених пунктів. Це – трудові мігранти; часто вони коментують свої відповіді так: «за вахтовим методом», «у зв'язку з роботою». З відповідей стає зрозумілою причина міграції: людям важко знайти достойну роботу у своєму населеному пункті, особливо за відповідною кваліфікацією і з достатнім заробітком (62% респондентів згодні з такою оцінкою).

Щодо рівня задоволеності проживанням у своєму поселенні, то, за даними всеукраїнського моніторингу Інституту соціології НАНУ 2006 року (Головаха, Паніна, 2008), серед мешканців міст України (крім Києва) він фіксувався як 35–36% задоволених проти 45–41% незадоволених, серед селян – 40% проти 32%. Порівняно більше задоволених проживанням у Києві: радше задоволених – 43%, цілком задоволених – 7%, різною мірою не задоволених – 24% опитаних. Порівнюючи ці дані з результатами нашого дослідження, можемо сказати, що до вибірки опитаних за малюнковим тестом потрапили люди, *рівень задоволеності яких в цілому незначно відрізняється від рівня задоволеності киян*: частка радше задоволених не добігає половини, кожен десятий – цілком задоволений, різною мірою не задоволених 21%. Частка тих, хто не визначився з відповіддю, становить близько чверті опитаних і серед киян за загальнонаціональною вибіркою, і серед опитаних за малюнковим тестом. Це дає підстави вважати, що *емоційна забарвленість мальованих сюжетів* не буде надто відмінною від емоцій киян стосовно Києва.

Малювання сприяло виявленню власних варіантів трактування «свого» поселення у респондентів; цьому не сприяє анкетне опитування. Бачимо це з порівняння відповідей опитаних за малюнковим тестом і результатів всеукраїнського моніторингу. На запитання «Яке поселення Ви вважаєте своїм?»¹ опитані за малюнковим тестом відповіли: 61% – те, в якому живуть; близько третини – те, в якому народилися; кожен сьомий – те, в якому пройшла більша частина дитинства. Інші варіанти відповідей дали 12% опитаних. Результати всеукраїнського моніторингу за 2006 рік² відрізняються тим, що значно більше респондентів вважають своїм те поселення, в якому живуть (82%), *інші*, тобто свої власні варіанти відповідей дали лише 0,6% респондентів (Головаха, Паніна, 2008).

Аналіз *інших* відповідей опитаних за малюнковим тестом свідчить про емоційну прив'язаність автора до зображеного поселення, про особливе ставлення до цього місця. Автори малюнків, окрім реальних поселень, де вони живуть, народилися або працюють, описують не лише емоційно комфортні для них поселення як «свої», а й наголошують на своїй приналежності, причетності до поселення³. Отже, ситуація малю-

¹ Допускався вибір кількох варіантів відповідей.

² Допускався вибір кількох варіантів відповідей.

³ Приклади коментарів наведено разом із малюнками.

вання частіше, ніж анкетне опитування, викликає бажання не формально відповісти на запитання анкети, а згадати значуще для себе, символічне. Опитані в нашому дослідженні виявили значну ініціативність, відвертість у відповідях.

Аналіз сюжетів малюнків

Разом з аналізом відповідей на відкрите запитання: «...напишіть, яке саме поселення Ви зобразили на своєму малюнку» проаналізуємо малюнки, зупиняючись, насамперед, на їх основному сюжеті. Зображене поселення віднесене авторами до різного часу: переважно читається теперішній (70%), майбутній – у близько чверті випадків, інколи – минуле (близько 3%). У деяких малюнках автори звертаються до межичасся, зображуючи всесвіт, космос, землю в цілому.

Реальні поселення. Близько половини респондентів зобразили на малюнках *власну життєву реальність*: кияни – Київ, свою вулицю, двір або будинок. У малюнках, що описують *реальне місто*, присутні деталі життєвої ситуації автора, наприклад, описано необхідність увесь час пересуватися вулицями з інтенсивним рухом (рис. 1) або повсякденну прогулянку з собакою (рис. 2). Авторські коментарі містять побажання комфортності на кшталт: «місто, в якому добре жити і дітям, і старим людям, і людям середнього віку».



Рис. 1. Велике динамічне місто, яким я весь час рухаюся (жінка, 54 роки).

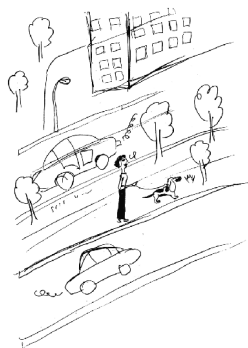


Рис. 2. Мій дім і алея біля дороги, якою я гуляю зі своїм собакою (жінка, 18 років).

Не-кияни або мешканці передмість, які змалювали *реальний сюжет*, зобразили і назвали села, селища міського типу, слободи, хутори або дачні селища, передмістя, де жили раніше або мешкають зараз (близько

40 варіантів відповідей); така сама частка назвала свої міста і містечка (близько 50 варіантів). Частина респондентів намалювала *кілька місць*, де мешкає, живе, працює (рис. 3).

Найчастіше на малюнках зображують свій будинок (рис. 4).

Частина авторів малюнків *реальних поселень* і в малюнках, і в текстах скаржаться на не-комфортність свого життєвого середовища, вказуючи в коментарях на екологічні, інфраструктурні тощо негативи великого міста (рис. 5). «Ми живемо в гарному місті, але в шпаківні, серед машин і куп сміття».

15% респондентів зобразили на малюнку дачу (рис. 6).

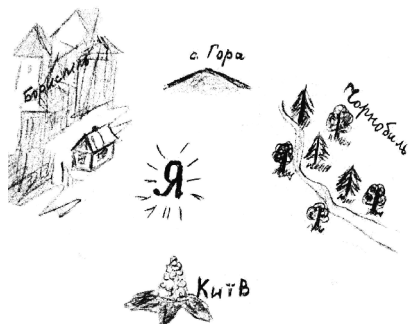


Рис. 3. Народилася в с. Гора, навчалася в Києві, живу в Борисполі, працюю в Чорнобилі – кожному належить частина мого серця (жінка, 52 роки).

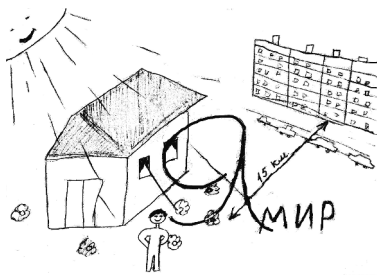


Рис. 4. Передмістя Києва (жінка, 21 рік).

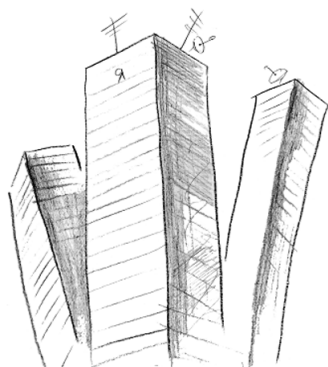


Рис. 5. Хмарочоси, хмарочоси... (жінка, 21 рік).



Рис. 6. Тихе, спокійне, зелене місце (жінка, 20 років).

Сюжети-мрії. Приблизно кожен п'ятий з авторів малює і відзначає в коментарях мрії: майбутнє, якого прагне. Кожен десятий описав свою майбутню власність: квартиру, майстерню, замський будинок (замок, віллу). Будівлю розміщують у мальовничій місцевості, біля моря, в горах тощо.

У п'ятій частині сюжетів – *тема відпочинку*. На малюнках – парки, пляжі, гори або ліс, ставки, озера тощо. Розмаїття уявлень про бажані місця відпочинку (зображені як своє поселення) нескінченне – від скромних: парк у місті, ставки, річки, де можна ловити рибу, до безлюдного острова, Майамі (рис. 7, 8).



Рис. 7. Парк у місті
(чоловік, 55 років).

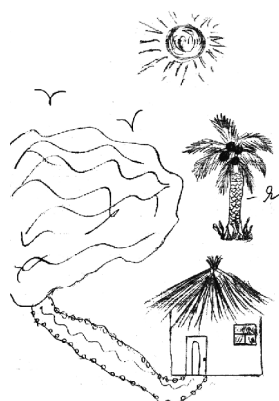


Рис. 8. Безлюдний острів
(чоловік, 42 роки).

У багатьох коментарях автори підкреслюють особливе значення, ціннісність, символічність зображеного: «це – Київ, але там – все інакше», «Київ, інший вимір цього міста, там, де я живу», «Київ – Печерська Лавра». В деяких анкетах названо всесвіт, космос, world як своє місце проживання (рис. 9).

Основні сюжети: половина респондентів зобразила *місце свого проживання* (одне або кілька); частина – *місця відпочинку* (приміську зону, дачу, місце риболовлі, курортне місце); частина – уявлення про своє майбутнє, *мрії*; невелика частина згадала місце приємного для себе минулого, дитинства.

Підсумуємо: більшість авторів зображує простір свого проживання – *ареал* (інколи так лаконічно, як на рис. 10). У малюнках і підписах помітна значна емоційна заангажованість до зображеного. Очевидним є прагнення опитаних до прийняття, схвалення «свого ареалу»: ландшафт-

тного середовища, екологічної ситуації, забудови, інфраструктури, психологічної та духовної атмосфери. Автори бажають покращання цієї території, побудови ліпшого. Частина опитаних виявила небайдужість до місця проживання у формі засудження сміття, надміру транспорту, промислової та урбаністичної забудови на «своєй» території.

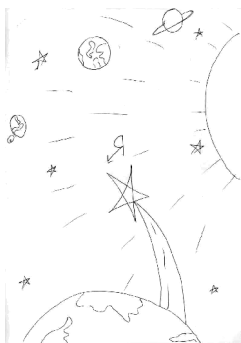


Рис. 9. Світ зірок
(чоловік, 20 років).

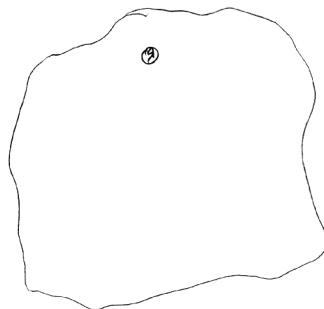


Рис. 10. Моє місто
і мій будинок, де я живу
(чоловік, 33 роки).

Стереотипними мотивами людей є прагнення *тілесного і психологічного комфорту* у своєму поселенні, бажання *поліпшити* «свою» територію, *відзначити її естетичні принади, надихнути*. Ці ознаки вказують на архетипову складову презентації опитаними «свого» життєвого простору, ареалу, в якому розташоване поселення. Малювання стало актом відтворення авторами специфічної (у багатьох – архаїчної) геокультури: тут і тепер відбувається трактування «своєї» ландшафтно-поселенської структури, розглядаються можливості його перспективи (Штейнбах, Еленский, 2004).

Архетипові образи. Найчастіше символ поселення для респондента – *дім*, у половині випадків це один дім (46%), дещо рідше (42%) – два або більше будинків, вулиця, квартал, фрагменти «мапи» поселення (рис. 11) або кількох поселень. Лишень у 12% випадків автори зобразили не будівлі, а інші образи. Архетип *дому* як смислотвірний у соціальному уявленні про *своє поселення* можна вважати спільним для переважної більшості людей; у кожному конкретному випадку він інакший. Найчастіше це архаїчне зображення: одноповерховий будиночок, біля якого зелений садочок (рис. 6, 12).

Небагато авторів (лише близько чверті) уникнули в малюнках зображення *рослин*: дерев, кущів, квітів. Переважна більшість розміщує дім

(дома) серед зелені, клумб, садочків, алей, парків або в лісі. В численних коментарях їх згадують як улюблене місце: «в місті жити, а влітку – за містом вирощувати квіти», «я думаю, мені хочеться ідилії з природою».



Рис. 11. Тут я живу
(чоловік, 50 років).



Рис. 12. Дім у лісі
(чоловік, 32 роки).

Приблизно кожен п'ятий зобразив *тварин* або птахів, переважно свійських (рис. 12). Риби і дикі тварини присутні рідше – лише там, де намальоване спілкування з природою. Образи рослинного і тваринного світу, красивого ландшафту, в якому розміщене поселення, демонструють прагнення авторів до гармонійності в поєднанні природи і людського житла.

У майже половині випадків автори звертаються до образу *дороги*. Варіанти доріг різноманітні: вулиці міст/сіл; дороги, що ведуть із поселення, між поселеннями; перетини доріг або вулиць; дороги з транспортом, пішоходами. Подеколи «Я» зображено на дорозі (рис. 13), біля дороги, на роздоріжжі; подеколи – в машині (рис. 14).

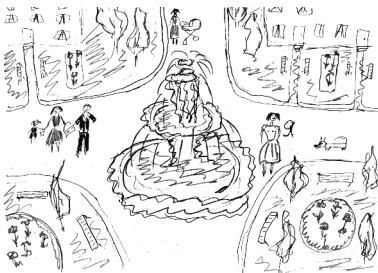


Рис. 13. Київ
(чоловік, 58 років).

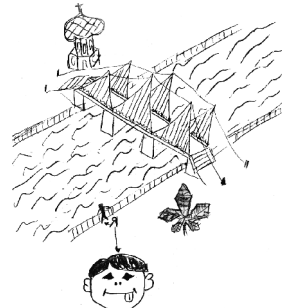


Рис. 14. Це моє місто, хоч, щоб воно
було чисте, красиве, зручне, зелене.
Київ і мій сад (жінка, 61 рік).

У коментарях підкреслюється символічність дороги: «я в машині, життя – дорога». Частина авторів, які зобразили дорогу, – молоді люди. Дорога або роздоріжжя символізують актуальну для них *ситуацію вибору життєвого шляху* – визначення *ходу власного життя в часі та просторі*. Для інших опитаних архетип дороги актуальний через мобільність, динамічний спосіб життя, яке проходить у кількох поселеннях. Символічно, що респонденти, які працюють за вахтовим методом, часто зображують не лише дорогу, а й свою машину як необхідну для переїздів.

Архетип дороги, або шляху постає на малюнках як утілення *пов'язаності* між просторовими фрагментами *ареалу* мешкання людини. В загальному розумінні архетип дороги об'єднує в єдиний образ всі *шляхи життя*, що ведуть людину крізь час і простір у світ.

Досить часто (в більше як третині випадків) автори малюнків зображують *воду*: річку, озеро, ставок, море, водограй або водоспад (рис. 15, 16).

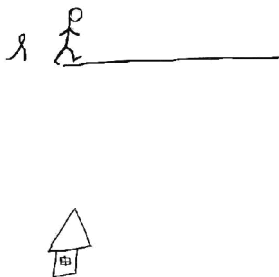


Рис. 15. Парк, водограй і багато-багато зелені (жінка, 41 рік).



Рис. 16. Київ: Дніпро, Софіївський собор, каштани (чоловік, 49 років).

Коментарі свідчать про невід'ємність образу води від уявлень про комфорт, особливо зон відпочинку: «я біля моря, відпочиваю». Звертаючись до сюжетів відпочинку, автори знову, як і в зображеннях природи, транслюють прагнення до гармонійного співіснування зі світом, апелюють до тілесної, сенсорної комфортності в уявленні не лише про *своє поселення*, а і про *своє життя загалом*. Характерно, що частина малюнків із негативними сюжетами (хмарочоси, засміченість, надмір транспорту) – ніколи не містить води. Архетип води, як і архетип дороги, узагальнює в малюнках відчуття з'єднання простору і часу, *тканини самого життя* – плинного і вічного, строкатого й органічного водночас, яке людина і спостерігає, і творить.

Частина опитаних зобразила своє житло зсередини, як *найближчий, особистий життєвий простір*. Коментарі свідчать про його високу емоційну цінність для авторів (рис. 17, 18).

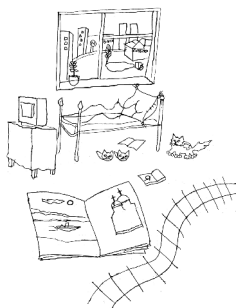


Рис. 17. Я у себе, у своїй кімнаті, у своїй квартирі, у своєму домі, у своєму місті (чоловік, 21 рік).



Рис. 18. Мається на увазі, що я читаю, лежачи на дивані (чоловік, 56 рік).

«Я»-презентації в малюнках

Образи «Я» на малюнках надзвичайно різноманітні. Часто «Я» перебувають у центрі малюнка як господарі будинків, дворів (рис. 19). Такі зображення відображають відчуття господаря, активного у своєму поселенні, символізованому домом (або домом і двором), відтвореному як власний життєвий *ареал*.

Деякі «Я» – збоку від поселень, вони менш деталізовані, мілкіші; такі «Я» ближчі до позиції спостереження, ніж до активної дії; на цих малюнках інші об'єкти зображено детальніше, ніж власне місце проживання автора (рис. 20); часом «Я» позначено лише літерою, без фігури.



Рис. 19. Люблю зелені насадження в місті (чоловік, 49 років).

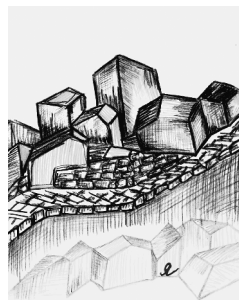


Рис. 20. Велике, потужне, урбанізоване, яскраве місто Київ (жінка, 25 років).

Певна частина «Я» позначена у вікнах або «ховається» в будинках. Хтось розмістив «Я» на верхньому поверсі або на даху одного з хмарочосів щільно забудованого кварталу (рис. 5); таке «Я» немовби спостерігає за життям поселення з висоти. Ті з респондентів, які змалювали кілька місць свого перебування, часто зображують себе в цих місцях із коментарями на кшталт: «велике динамічне місто, яким я весь час рухаюся» (рис. 1); «тут я працюю, а тут я гуляю з собакою, а тут я їду в автобусі». Дехто зобразив себе у специфічній ролі, змалювавши внутрішній світ або репрезентувавши себе творцем свого світу (рис. 21). Трапляються звертання до символічного образу «Я» – в будильнику – як перетину простору і часу (рис. 22).

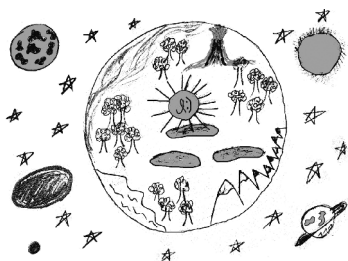


Рис. 21. Моє поселення – це весь Всесвіт, у центрі якого знаходжуся я разом з іншими людьми, саме ми даємо світло і радість нашій планеті (жінка, 25 років).

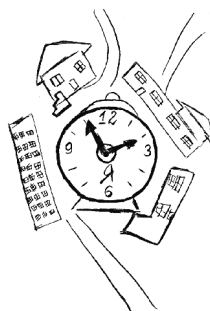


Рис. 22. Моє уявлення (чоловік, 20 років).

Варіації «Я»-презентацій виявляються тісно пов'язаними з життєвою ситуацією автора: в малюнках відбито само-сприйняття складних взаємозв'язків людини з обставинами життєвої ситуації.

Образи інших людей. Звертання до образів людей (оточуючих) можна знайти на близько чверті малюнків; у більшості це сім'я автора біля будинку, інколи – діти, сусіди, перехожі, рідше – натовп. Коментарі свідчать про бажання автора емоційно приєднатися до «своїх», бути не самотнім, наприклад: «Хочу зігрівати своїх і всіх». **Місцеві пам'ятки.** У змісті певної кількості малюнків – абрис визначних для поселень пам'яток: Печерської Лаври (рис. 16), Майдана незалежності, пам'ятника Сковороді, церков, ратуш, монастирів, пам'ятників Леніну (інші поселення), пам'яток історії інших країн. Коментарі знову підтверджують символічну наповненість намальованого автором простору, наприклад: «Я б вибрав сидіти при порозі дому Бога мого...».

Отже, крізь малюнки проходять життєві шляхи їхніх авторів, читаються актуальні ситуації, відчуються емоції. В сюжетах постають *життєві міфи* авторів: позитиви і негаразди життєвих світів, яскравість світобачення, їхні ціннісні координати.

* * *

Таким чином, дослідження підтверджує, що малювання на задану загальну тему актуалізує творення свого життєвого міфу, бажання респондента презентувати своє життєбачення, намалювати свою життєву ситуацію в синтетичних образах із власного досвіду. Ці образи мають меншою мірою – раціональний, більшою – емоційний, сенсорний та інтуїтивний компоненти. Автори відображають у сюжетах життєві колізії, звертаються до особистісної символіки. Підтверджено зовнішню атрибутику поселення або міста не лише як *місця проживання*, а й як *символічного, особливого місця в ландшафті*.

У більшості малюнків виявилось кілька архетипових образів, які складаються у відносно сталу структуру:

- архетип *дому*, розташованого у сприятливому територіальному *ареалі*;
- образи *животвірної природи* (рослин, тварин), яка оточує *дім*;
- образи *води* як невід'ємні складові екологічно благополучного довкілля, як утілення тілесного комфорту;
- образи благополучної *сім'ї, родини, оточуючих*;
- архетип *дороги* – як образ, що пов'язує фрагменти життєвих *ареалів* людини, а також такий, що розгортається як життєвий *шлях* у просторі та часі;
- образи «Я» авторів, презентовані як «моя позиція в актуальній ситуації»: в усьому спектрі варіантів самовідчуття від активної, центральної ролі в ситуації, позиції «я всюди» до споглядальної або позиції «я у схованці, мене не видно».

Ареали проживання авторів, зображені на малюнках, мають різний масштаб: від однієї (своїї) кімнати, дому, садиби, кварталу, цілого міста і аж до космічних розмірів. У частині малюнків читається не-буденність, натхненність і глибина сприйняття *свого місця в житті* в загальнолюдоському сенсі. Доречно слідом за К.Юнгом назвати це відчуття *Misterium conjunction* – містичною причетністю Людини до її Поселення як її особистого місця у Світі.



Література

1. *Анастаси А., Урбина С.* Психологическое тестирование. – СПб: «Питер», 2005.
2. *Василюк Ф.Е.* Структура образа // Вопросы психологии. – 1993. – № 5. – С. 5–19.
3. *Головаха Є., Паніна Н.* Українське суспільство 1992–2008: Соціологічний моніторинг. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2008.
4. *Запорожець Т., Привалов Ю.* Феномен утопії в соціальній думці. – К.: «Фоліант», 2004.
5. *Злобіна О., Мартинюк І., Соболева Н., Тихонович В.* Соціальний простір життя як суб'єктивна символічна реальність. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2004.
6. *Ионин Л.Г.* Социология культуры. – М.: «Логос», 1998.
7. *Кримський С.* Запити філософських смислів. – К.: «ПАРАПАН», 2003.
8. *Московичи С.* Век толп. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – С. 480.
9. Словник української мови: В 11-и т. – Т. 4. – К.: «Наукова думка», 1973.
10. *Соколова Е.Т.* Проективные методы исследования личности. – М.: Изд-во МГУ, 1987.
11. *Штейнбах Х.Э., Еленский В.И.* Психология жизненного пространства. – СПб: «Речь», 2004.
12. *Ходорівська Н.* Чорнобиль і людина: соціальна адаптація. – К.: Інститут соціології НАНУ, 2005.
13. *Ходорівська Н.* Методичне підґрунтя дослідження життєдіяльності поселенських спільнот, потерпілих від Чорнобильської катастрофи // Чорнобиль і соціум. – Вип. 12: Суспільство ризику: Чорнобильська детермінанта. – К.: «Фоліант», 2006. – С. 7–39.
14. *Юнг К.Г.* Душа и миф. Шесть архетипов. – К.: Государственная библиотека Украины для юношества, 1996.



Вища школа соціології
при Інституті соціології
НАН України

01021, г. Київ, ул. Шовковична, 12
тел./факс: 255-60-56
E-mail: school@i-soc.org.ua

Вища школа соціології при Інституті соціології НАН України пропонує
підвищення кваліфікації за такими напрямками:

1. Основи теоретичної та прикладної соціології (3 модулі).
2. Технології прикладних соціологічних досліджень (3 модулі).
3. Політичний маркетинг та електоральні технології (3 модулі).
4. Методи та технології маркетингових досліджень (3 модулі).

МАЙСТЕР-КЛАСИ:

- СУЇМЕНКО Є.І. *“Соціальна інженерія: процедури і технології”*
- ПРИБИТКОВА І.М. *“Демографікс”*
- КОРОЛЬКО В.Г. *“PR-технології: планування та прийом”*
- ГАСАНЕНКО Н.О. *“ЗМІ: дослідження та медіа-планування”;*
“OCA New-Line”
- СИМОНЧУК О.В. *“Глибше інтерв'ю: теорія і технології”*
- БЕВЗЕНКО Л.Д., ГОРБУНОВА Л.С., ДОБРОПРАВОВА І.С.,
ОЖЕВАН М.А. *“Вступ до синергетики. (Філософія і методологія)”*
- АРСЄНКО А.Г. *“Діловий етикет і протокол”*
- СТУКАЛО С.М. *“Методика підготовки інтерв'юєрів”*
- ВІНОГРАДОВ О.Г. *“Програмний комплекс SPSS в соціології та маркетингу”*

Навчання платне. По завершенні видається **“Свідоцтво”** державного зразка.

Навчання за спеціально розробленими індивідуальними програмами передбачає:

- консультації для вступників до **аспірантури** або **докторантури** Інституту соціології НАНУ;
- підготовку **наукової роботи (публікації)**, аналітичного огляду, доповіді тощо.

Навчання у Вищій школі соціології при Інституті соціології НАН України забезпечує **висококваліфікований професорсько-викладацький склад**, до якого належать вчені та практики, що здобули міжнародне визнання й мають досвід роботи у провідних університетах світу, а це – запорука набуття високого рівня теоретичних знань і практичних навичок для розв'язання конкретних проблем.

*Для отримання докладнішої інформації звертайтеся на сайт
www.i-soc.org.ua или www.i-soc.kiev.ua*

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

**ЯКІСНІ ДОСЛІДЖЕННЯ
В СОЦІОЛОГІЧНИХ ПРАКТИКАХ**

Курс лекцій

За редакцією доктора соціологічних наук

Наталії Костенко,

кандидата соціологічних наук

Людмили Скокової

*Тетяна Бурейчак, Олексій Горбачик, Оксана Даниленко,
Олена Злобіна, Оксана Іванкова-Стецюк, Лідія Кондратик,
Ілля Кононов, Наталія Костенко, Сергій Крижний, Людмила
Малес, Марта Наумова, Вікторія Середа, Олена Симончук,
Людмила Скокова, Юлія Сорока, Анатолій Ручка, Наталія
Ходорівська, Ірина Чудовська-Кандиба*

Відповідальний редактор *Л.Лещенко*

Редактори: *С.Іващенко,*

Л.Бакланова

Комп'ютерна верстка *М.Роїк*

В оформленні обкладинки використано гравюру М.К.Ешера
«Натюрморт і вулиця» (“Still Life and Street”), 1937 р.

Підписано до друку 05.08.2009 р. Формат 60 × 84/16. Папір офс. №1.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 24,8. Зам. № 9-775К, Наклад 300.

Видруковано з оригінал-макета, виготовленого в комп'ютерному комплексі
Інституту соціології НАН України. 01021, м. Київ, вул. Шовковична, 12

Віддруковано на ЗАТ “ВІПОЛ”
03151, м. Київ, вул. Волинська, 60