

Сусська Ольга¹

Email: susskaya.olg@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9620-1859>

Інтерпретація динаміки змін суспільних настроїв у соціологічних дослідженнях

Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки», 16–17 грудня 2022 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2023. – 205 с.

Питання інтерпретації результатів соціологічних досліджень є постійно актуальним для кожного соціолога-практика і соціологічної спільноти в цілому. Ще у 60-ті рр. XX ст. виникло питання про вторинний аналіз даних. «Здійснюючи аналіз вторинний, дослідник використовує доступні емпіричні дані, зібрані іншими дослідниками. Аналізуючи вторинні дані, дослідник порівнює результати кількох досліджень, синтезує дані власного дослідження (первинні дані) з даними вторинними — і робить висновки на вищому рівні узагальнення», так зафіксували значення вторинного аналізу М. Туленков та В. Волович у ВУЕ [Туленков, Волович, 2020].

У 1980-х аналіз вторинний набув широкого вжитку у сфері міжнародних порівняльних досліджень завдяки працям Г. Хьюмена [Human, 1972]. У цей час виникли спеціалізовані потужні міжнародні та національні банки інформації, що накопичували й систематизували дані в межах певних концепцій і наукових розвідок. Результатом інтерпретації вторинного аналізу даних можуть бути будь-які висновки, що відрізняються від раніше отриманих чи опублікованих іншими авторами. Інтерпретаційна цінність вторинного аналізу полягає саме у наявності можливих узагальнень, що іноді недоступні конкретним дослідникам.

Сучасні соціологічні центри застосовують не тільки метод моніторингу для збору інформації, щоб прослідкувати динаміку змін суспільної думки з різних проблем, але й поступово впроваджують вторинний аналіз даних, адже кожне дослідження є фактором накопичення даних про процеси трансформації суспільства. Привертає увагу дослідження агенції «Рейтинг», які у результатах дослідження, проведеного 8-9 жовтня 2022 р. наводять зміни ставлення до країн за останні півтора роки. Так, Китай зараз для українців залишається переважно нейтральною країною, а Угорщина «перейшла» у стан «ворожих» (41%), або нейтральних (26%), дружньою її вважають – 21%. «Білорусь (85%) та росія (97%) для українців – це абсолютно ворожі країни. За останні місяці покращилося ставлення українців до Канади, Польщі, Литви, Великобританії та США. Не змінилося – до Франції. Натомість

¹ Доктор соціологічних наук, професор кафедри зв'язків з громадськістю факультету соціальних наук і соціальних технологій, Національний університет Києво-Могилянська академія.

зросло нейтральне ставлення до Туреччини. Також зберігається тенденція погіршення ставлення до Китаю (особливо у порівнянні з даними 2021 року) [Ratinggroup, 2022].

Проведені під керівництвом автора магістрами НаУКМА у травні 2022 р. дослідження іміджу голів ОВА (методом контент-аналізу відеоматеріалів) показали, що «соціопатерни» війни тісно пов'язані з настроями населення.

Були досліджені виступи очільників міст та ОВА А. Садового (Львів), В. Кима (Миколаїв), І. Терехова (Харків), В. Кличка (Київ) протягом перших 3-х місяців від початку повномасштабного російського вторгнення. За результатами контент-аналізу матеріалів та моніторингу медіа виявлені особливості стилю комунікації у медіапросторі, які є важливими імідж-формуєчими чинниками. Ними виявились: а) глибока інформованість, б) чіткість відгуку на оперативні події, в) авторитетність, г) ступінь уявлення про потреби мешканців міста. Саме такі елементи комунікаційної взаємодії найбільш присутні у стилі комунікації В. Кима, І. Терехова, меншою мірою представлені у А. Садового та В. Кличка. Друга група чинників визначає їхню персональну популярність: а) вмотивованість відповідей, б) конкретність реагування на запити, в) кількість виступів. До третьої групи особливостей стилю комунікації у медіапросторі за даними контент-аналізу увійшли: а) переконливість, б) об'єктивність, в) прояв емоцій. Серед індивідуальних особливостей комунікативних стилів на першому місці у кожного були такі риси:

<i>Персоналії</i>	<i>Особливості комунікативних стилів</i>	<i>%</i>
В. Ким	Відтворення власного погляду на події у місті (території)	9,2
	Сміливість оцінок	9,2
В. Кличко	Присутність критики певних структур, ситуації взагалі	10,1
	Відчуття відповідальності	10,1
А. Садовий	Аналітичний погляд на події	9,8
	Персоніфікована впевнена позиція	9,8
І. Терехов	Відтворення офіційної інформації стосовно подій у місті (території)	9,1
	Усвідомлення необхідності виступати в ефірі різних каналів	9,1

*Табл. 1. Особливості комунікативних стилів очільників міст і ОВА.
Джерело: [Королько, Суська, 2022].*

Зміни у настроях населення внаслідок повномасштабного російського вторгнення та ситуація воєнного стану породили і в комунікативних стосунках так звані «соціопатерни» війни. Результати дослідження свідчать, що згадані закономірності подання інформації та усвідомлення відповідальності та суб'єктних орієнтацій – є складовими персоніфікованого іміджу очільників міст (територій), який активно інтерпретується аудиторіями (як місцевими, так і в цілому по країні). Отже «інтерпретативні спільноти» стають новим кластером аналізу у соціології масових комунікацій. Залучаючи дані вторинного аналізу для розуміння патернів медіаповедінки та змін суспільних настроїв, відслідковуючи їх динаміку можна зробити більш точні висновки і

прогнози. Можна підтвердити, що вторинний аналіз даних є «необхідною процедурою при вивченні, узагальненні та інтерпретації перебігу масштабних і тривалих соціальних процесів, де одноразовий збір достатнього масиву даних є утрудненим або неможливим» [Туленков, Волович 2020]. Повертаючись до вже здійснених досліджень соціолог отримує додаткову інформацію, може зробити висновки, що допомагають у розв'язанні нових актуальних завдань. Необхідно погодитись з думкою, що інтерпретаційний потенціал вторинного аналізу ще не розкритий повністю, хоч є досить розповсюдженою дослідницькою практикою.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Королько В.Г., Суська О.О. Соціопатерни війни: як медіапростір впливає на соціопсихологічні настрої суспільства // Габітус. Науковий журнал з соціології та психології. Вип. 41. Одеса, 2022. С. 47-52.
2. Туленков М.В., Волович В.І. Аналіз вторинний // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Аналіз_вторинний (дата звернення: 3.12.2022).
3. Human Herbert H. Secondary Analysis of Sample Surveys: Principles, Procedures and Potentialities, 1972, New York – London – Sydney – Toronto.
4. Ratinggroup. Вісімнадцяте загальнонаціональне опитування з початку війни: Ставлення українців до іноземних країн (8-9 жовтня 2022). Прес-реліз. URL: ratinggroup.ua (дата звернення 4.12.2022)

Черних Геннадій¹

Email: chernykh@knu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-1709-3760>

Гумор як соціально-психологічний захист особистості та суспільства під час війни

Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки. Матеріали XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми розвитку соціологічної теорії: Війна, насильство та суспільні порядки», 16–17 грудня 2022 року (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології). – К.: Видавництво «Наукова столиця», 2023. – 205 с.

Сучасні реалії життя українського суспільства сповнені жахіттями війни. Біль, горе, смуток, страх, постійне відчуття небезпеки й невизначеності впливають на соціальне благополуччя українців. І щоби захистити себе, свій соціально-психологічний стан, від згубного впливу війни – суспільство захищається, об'єднавши спільні зусилля заради однієї мети – перемоги. Українці використовують різні способи й методи захисту та боротьби. Найбільш дієвий захист демонструють військові ЗСУ, постійно відбиваючи напади ворога та виборюючи окуповані території. Але не тільки військові демонструють свою міць – в суспільстві сформований вагомий пласт

¹ Кандидат соціологічних наук, асистент кафедри галузевої соціології факультету соціології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.