

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кравченкова Галина Миколаївна

УДК 316.77:[316.647.8:323.3]

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СТИГМАТИЗАЦІЇ
ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ НЕГАТИВНОГО ОБРАЗУ ПРОФЕСІЇ

Спеціальність 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата соціологічних наук

Харків – 2010

Дисертацією є рукопис

Роботу виконано у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: член-кореспондент НАН України,
доктор соціологічних наук, професор
Бакіров Віль Савбанович,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна,
завідувач кафедри прикладної соціології, ректор

Офіційні опоненти: доктор соціологічних наук, доцент
Коваліско Наталія Володимирівна,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
професор кафедри історії та теорії соціології

кандидат соціологічних наук, доцент
Лобовікова Олена Олександрівна,
Східноукраїнський національний університет
імені Володимира Даля,
доцент кафедри соціології

Захист відбудеться «12» жовтня 2010 р. о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д.64.051.15 у Харківському національному університеті імені В. Н. Каразіна за адресою: 61077, м. Харків, пл. Свободи, 4, ауд. 2-49.

З дисертацією можна ознайомитися у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61077, м. Харків, пл. Свободи, 4.

Автореферат розісланий «6» вересня 2010 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

І. І. Шеремет

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дисертаційного дослідження зумовлена стрімкими трансформаціями сучасного українського суспільства та вимогами пристосування до нової реальності, які спричиняють зміни у ставленні громадян до різних соціальних інститутів та соціальних груп. Зазначеним перетворенням підлягають процеси і механізми сприйняття професій, втілені у повсякденних соціально-комунікативних практиках та у повсякденній свідомості українців. Отже, емоційні оцінки образу професії у конкретному соціокультурному середовищі залежать від його інтерпретації в соціальних комунікаціях. У цьому контексті зростає значення досліджень комунікативних механізмів, які забезпечують пізнання соціальної реальності, а саме механізмів сприйняття професій.

Будучи частиною когнітивних процесів, механізм упередженого негативного сприйняття, тобто позначення об'єкта за допомогою накладання на нього соціального тавра, стигми, у західній соціології отримав назву «стигматизація». Таким чином, вивчення генезису негативного ставлення до конкретної професії, виокремлення соціальних факторів, що сприяють стигматизації занять на різних рівнях комунікації, стає можливим лише за допомогою аналізу комунікативного механізму стигматизації.

Дослідження комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії ускладнюється ще й тим, що дотепер дослідницький інтерес соціологів був сконцентрований на вивченні лише соціальних механізмів, що розглядалися в контексті економічних відносин як поля дії соціальних процесів (Т. Заславська, Р. Ривкіна, Л. Косалс, В. Пилипенко та ін.). Сучасне суспільство переходить до нової моделі організації соціальних відносин, у яких головну роль відіграють комунікативні процеси і технології. У цьому контексті особливого значення набуває дослідження не тільки соціальних, але й комунікативних механізмів.

Таким чином, незважаючи на стійкий інтерес вчених до проблем соціології професій, дослідження якісних особливостей таксономії професій, сприйняття родів занять як особливих соціально-комунікативних практик, а не стратифікаційних категорій, на сьогодні не достатньо вивчені. Отже, актуальність теми дослідження зумовлена, по-перше, потребою вивчення ментальних когнітивних структур, що забезпечують соціальне пізнання в ситуації парадигмальних змін у повсякденній свідомості; по-друге, відсутністю концептуального осмислення поняття «комунікативний механізм» у сучасній соціології; по-третє, необхідністю емпіричного дослідження чинників стигматизації професій у сучасному українському суспільстві.

Соціальна природа когнітивних процесів досліджувалася за допомогою понять «соціальна категоризація» (Дж. Брунер, Дж. Мід), «соціальні уявлення» (С. Московічі, Г. Тешфел, Дж. Тернер, М. Шериф), «фрейми» (І. Гофман), «типізації» (А. Шюц, П. Бергер і Т. Лукман); «номінації» (П. Бурдье). Розглядаючи когнітивну природу образу, ми зверталися до робіт переважно вітчизняних авторів, які успадковують західну традицію досліджень соціального сприйняття: Р. Андрєєвої,

А. Беляєвої, Л. Веккера, П. Гальперіна, А. Гостєва, А. Загайнова, Н. Конюхова, А. Леонтьєва, Б. Ломова, В. Панова, Н. Парнюка, В. Ситнікова, О. Феофанова та ін. Основу соціологічного підходу до аналізу когнітивних практик в контексті дослідження соціальних образів склали роботи Ю. Сороки.

Стигматизація як форма негативних категорій сприйняття та основа конструювання викривленої соціальної ідентичності розглядалася в роботах переважно американських соціологів, що представляють школу символічного інтеракціонізму (Д. Аллен, Р. Кейсі, С. Ковард, Р. Пауелл, М. Хебл, Т. Хізертон), серед яких особливе місце посідає засновник соціодраматургійного підходу І. Гофман. Найбільш поширені серед західних колег дослідження стигматизації людей з особливими потребами та ВІЛ-інфікованих (Д. Кемпбелл, Д. Фоліс, А. Шейет), злочинців (Р. Курзбан, М. Лері), етнічних меншин (Дж. Осборн, М. Хебл). На пострадянському просторі соціологами цій проблемі практично не приділялося уваги; виняток становлять праці білоруської дослідниці Т. Ліпай, яка розглядає стигматизацію в практиках загальноосвітніх шкіл, та О. Бородкіної, яка вивчає стигматизацію хворих на ВІЛ у Росії.

Поняття «комунікативний механізм» як аналітичний конструкт мало впроваджене соціологами та поки що недостатньо операціоналізоване, однак роботи російських дослідників Т. Адам'янц, Т. Ємчури, а також представниці харківської школи С. Балюк дають підстави для його докладнішого дослідження. Особливий вплив на концептуалізацію поняття «комунікативний механізм» здійснили ідеї В. Бакірова про комунікативну зумовленість соціального простору і соціального часу, втілені в категорії «комунікативні очікування».

Соціологічне вивчення професій сформувалося як самостійна галузь знання в працях представників різних соціологічних шкіл. Професію як стратифікаційну категорію вивчали М. Вебер, А. Дерозьєр, Е. Дюркгейм, Р. Спенсер, К. Маркс, Д. Мерльє, Т. Парсонс, П. Сорокін, Л. Тев'єно, як складову престижу – П. Блау, Т. Веблен, О. Данкан, В. Зомбарт, як соціальний ярлик, що виникає у сфері розподілу праці, – Г. Беккер і Е. Х'юз. У вітчизняній науці радянського періоду соціологія професій пов'язана з іменами В. Паніотто, В. Подмаркова, З. Струмліна, Р. Чередниченка, В. Шубкіна та інших, які в цілому успадкували позитивістську традицію аналізу цього феномена. Сучасну соціологію професій представлено іменами російських дослідників: Р. Абрамова, В. Мансурова, Т. Обидєнова, О. Юрченка, а також українських соціологів: У. Болотової, Н. Коваліско, В. Погрібної, В. Подшивалкіної та ін. До емпіричних досліджень формування образу професії також зверталися, використовуючи соціологічні методи дослідження, психологи, соціолінгвісти, політологи, педагоги та інші представники гуманітарного знання: В. Громов, М. Іванова, З. Климова, В. Лунькова, Ю. Мазаєв, М. Мелія, М. Розін, І. Шмерліна, Т. Якушева та багато інших.

Проблеми різних аспектів комунікативних процесів широко представлені у вітчизняній науковій літературі, разом з тим, залишаються недостатньо розробленими теоретичні засади дослідження комунікативних механізмів, складників та чинників, що їх структурують. Ситуація ускладнюється відсутністю концептуальних основ дослідження стигматизації професій як форми негативного маркування і соціального

вилучення. Відповідно до визначеної проблематики, спрямованість дисертаційного дослідження об'єктивно зумовлена необхідністю пошуку нових форм теоретико-методологічної рефлексії і нових ракурсів інтерпретації комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота виконана в рамках наукової теми кафедри прикладної соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Комунікативні механізми соціальної й етнополітичної консолідації українського суспільства» (№ 3-10-06, номер державної реєстрації 0106U00223).

Мета і завдання дослідження. *Метою* дисертаційної роботи є розробка концептуальних засад соціологічного дослідження комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії в умовах сучасного українського суспільства.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені та розв'язані такі дослідницькі завдання:

- уточнити теоретичну інтерпретацію поняття «образ професії»;
- удосконалити поняття «комунікативний механізм» і описати його аналітичну модель на основі існуючих теоретико-методологічних підходів до аналізу соціальної комунікації;
- концептуалізувати феномен «стигматизація професії»;
- охарактеризувати особливості та головні елементи структури комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професій;
- надати характеристику комунікативних практик і технологій стигматизації;
- здійснити емпіричну інтерпретацію понять і категорій стигматизації професій у сучасному українському суспільстві на основі теоретичного аналізу факторів їх негативного сприйняття і даних якісного дослідження, проведеного методом глибинних напівструктурованих інтерв'ю.

Об'єкт дослідження – процес формування негативного образу професії у сучасному українському суспільстві.

Предмет дослідження – складники і чинники комунікативного механізму стигматизації професій у повсякденній свідомості громадян України.

Методи дослідження. Досягнення мети та реалізація завдань дослідження забезпечувалися шляхом використання як загальнонаукових, так і спеціальних методів. Загальнонаукові методи: аналіз і синтез (для зіставлення понять «імідж»-«образ»-«стереотип», «стигма»-«стереотип»), історико-генетичний аналіз (для вивчення історії таврування як соціокультурного феномена), спостереження (для виявлення комунікативних технологій та практик стигматизації), класифікація (для виділення стигматизованих професій за сферами діяльності та за спільними причинами негативного сприйняття). Основними методами отримання первинної соціологічної інформації для дисертаційної роботи виступають якісні методи соціологічного дослідження. Аналіз первинної соціологічної інформації за методологією «*Ground theory*» на основі щільного аналізу даних (для опису факторів і контексту стигматизації професій у різних сферах зайнятості) проводився шляхом

застосування таких методів, як контент-аналіз (для виділення категорій стигматизації), ранжування (для впорядкування стигматизованих професій за ступенем негативного сприйняття).

Теоретичною основою дисертаційного дослідження стали принципи інтерпретативного (Е. Х'юз), соціодраматургійного (І. Гофман), соціально-конструктивістського (П. Бурдьє) підходів та елементи функціонального аналізу експектацій з метою розкриття змісту стигматизації професій (Т. Парсонс). Для опису комунікативного механізму стигматизації було використано такі моделі комунікації: лінійна (Р. Лассуел, Р. Бреддок, Дж. Гербнер), математична (Д. Шеннон – У. Вівер, М. Дефлюер, У. Шрамм – Ч. Осгуд, Е. Кац – П. Лазарсфельд), нелінійна (Т. Ньюкомб, Б. Уестлі – М. Маклейн).

Емпіричну основу дисертаційного дослідження склали дані авторського соціологічного дослідження сприйняття професій у двох містах України з гетерогенною та гомогенною професійною структурою серед поколінь «батьків» і «дітей», проведеного методом глибинних напівструктурованих інтерв'ю (n=80, серпень-вересень 2009 р.), а також дослідження стигматизованих професійних ідентичностей, проведене методом фокусованих групових інтерв'ю серед студентів ВНЗ м. Харкова (n=2, травень 2004 р.).

Наукова новизна результатів дисертаційного дослідження полягає в розробці концептуальних засад соціологічного дослідження комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії, а саме:

вперше:

- розроблено та застосовано теоретичну інтерпретацію поняття «стигматизація професії» як процесу позначення певної професії однією чи декількома соціальними ознаками, що вказують на дискредитуючі факти про суб'єкта соціальної взаємодії, пов'язані з його професією, на підставі чого було опрацьовано емпіричні індикатори соціологічного дослідження цього феномена, які у перспективі можуть бути використані у фундаментальних соціологічних дослідженнях механізмів негативного сприйняття соціальних об'єктів;

- здійснено емпіричну інтерпретацію і класифікацію понять та категорій стигматизації професій на основі даних якісного дослідження за трьома групами категорій: відносини, робота, характеристики, які, відповідно до конкретної професії, репрезентують певні негативні риси, характеризуючі негативне ставлення, приписувані негативні складники роботи та негативні властивості представників професії, що дозволяє глибше розглядати стигматизацію професій;

вдосконалено:

- дефініцію поняття «комунікативний механізм» за допомогою використання в конструкції аналітичної моделі комунікативного механізму стигматизації різних рівнів комунікації (міжособистісного та масового), комунікативних практик, втілених у різного роду культурних продуктах, певних комунікативних очікувань, зумовлених метою цього процесу, що стало основою аналізу механізму стигматизації професій та може використовуватися у дослідженні різних комунікативних процесів;

- визначення особливостей і елементів структури комунікативного механізму стигматизації професій як складної системи взаємодії, заснованої на передачі

компрометуючої інформації про професію на різних рівнях комунікації за допомогою спеціальних засобів та за умов комунікативних очікувань негативного характеру, що створює передумови для розвитку спеціальної соціологічної теорії стигматизації;

дістали подальшого розвитку:

– теоретична інтерпретація поняття «образ професії» як особливої когнітивної форми, що сконструйована як специфічний комплекс відображення неопосередкованого уявлення (об'єктивна сторона) про професію у суб'єкта відображення, заснований на особистому досвіді спілкування з представниками певної професії (суб'єктивна сторона), а також інформації, одержуваній про об'єкт за різними каналами комунікації (контекст) відповідно до експектацій комунікативного характеру, завдяки якій наголошується на комунікативній природі образів соціальної реальності, образу соціальної групи, зокрема;

– дослідження комунікативних практик стигматизації професій, що представлені в продуктах текстової (анекдоти), аудіовізуальної (кінострічки, скетч-шоу), візуально-текстової комунікації (демотиваційні плакати) та впроваджені за допомогою чуток, пліток і лихослів'я у неформальних комунікаціях, а також опосередковані застосуванням маніпулятивних технологій у телевізійному дискурсі (наприклад, журналістські розслідування).

Теоретичне і практичне значення дисертаційної роботи полягає в концептуалізації понять «образ професії», «комунікативний механізм», «стигматизація». Результати дисертаційної роботи можуть бути використані для теоретичного осмислення пакета дискусійних питань соціології професій: у подальших наукових дослідженнях процесів сприйняття різних соціальних груп; а також у соціології комунікацій, для розширення, впорядкування і систематизації категоріального апарату цієї спеціальної соціологічної теорії.

Практичне значення дисертаційного дослідження полягає у можливості використання його результатів як обґрунтування державних програм і управлінських рішень на рівні центральних і місцевих органів влади, спрямованих на оптимізацію взаємовідносин громадськості та бюджетних або комерційних організацій, а також стратегії забезпечення позитивного іміджу професійних об'єднань. Результати дисертаційної роботи також можуть використовуватися у навчальному процесі для викладання таких дисциплін, як «Соціологія професій», «Соціологія повсякденності», «Соціальні комунікації», «Сучасні комунікативні технології», «PR-практика державних структур», «Брендінг неприбуткових організацій».

Результати дисертаційного дослідження увійшли до підготовлених автором звітів (2008 р.) з наукової теми кафедри прикладної соціології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна «Комунікативні механізми соціальної й етнополітичної консолідації українського суспільства» (№ 3-10-06, номер державної реєстрації 0106U00223).

Апробація та впровадження результатів дослідження. Основні положення дисертаційного дослідження оприлюднено на Всеукраїнській науковій конференції студентів і аспірантів «Соціологія: минуле, сьогодення, майбутнє» (Львів, 2003 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Харківські соціологічні читання – 2003» (Харків, 2003 р.), Міжнародній студентській конференції «Соціологія: виклики

глобального світу» (Харків, 2004 р.), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Молодь в умовах нової соціальної перспективи» (Житомир, 2004 р.), XIII Міжнародній конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Ломоносов-2006» (Москва, 2006 р.), VII Всеукраїнській конференції молодих учених «Проблема особистості в сучасній науці: результати та перспективи досліджень» (Київ, 2006 р.), XIV Міжнародній науково-практичній конференції «Харківські соціологічні читання» (Харків, 2008 р.), VI Науково-практичній конференції Харківського відділення Соціологічної асоціації України «Якубінська наукова сесія» (Харків, 2009 р.), I Конгресі Соціологічної асоціації України «Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей» (Харків, 2009 р.), VII Науково-практичної конференції Харківського відділення Соціологічної асоціації України «Якубінська наукова сесія» (Харків, 2010 р.).

Публікації. Основні положення дисертації викладено в 11 наукових публікаціях, 6 з яких – у виданнях, що входять до переліку наукових фахових видань із соціологічних наук, затверджених ВАК України.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів (що містять дев'ять підрозділів), висновків, списку використаних джерел та додатків. Текст роботи містить 11 таблиць та 2 рисунки. Загальний обсяг роботи становить 244 сторінки, з них 198 сторінок займає основна частина, 20 сторінок – список використаних джерел (205 найменувань), 26 сторінок – додатки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** подано загальну характеристику роботи, обґрунтовано актуальність і висвітлено ступінь наукової розробленості теми дисертації, сформульовано мету та завдання дослідження, його об'єкт і предмет, визначено теоретико-методологічні засади та емпіричну базу, розкрито наукову новизну і практичну значущість отриманих результатів, наведено дані про апробацію.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження комунікативного механізму формування образу професії»** досліджено основні теоретико-методологічні підходи до соціологічного аналізу сутності комунікативних механізмів формування образу професії, розкрито значення запропонованого у дослідженні категоріально-понятійного апарату.

У першому підрозділі *«Образ професії як об'єкт соціологічного аналізу»* проаналізовані та систематизовані положення основних теоретичних підходів щодо вивчення образу професії як соціального феномена. Наведено визначення поняття «образ» та суміжних з ним понять, представлено авторську інтерпретацію поняття «образ професії», описані його основні детермінанти утворення.

Зазначено, що накопичений теоретичний досвід суміжних наук, зокрема когнітивної науки та соціальної психології, сприяв концептуалізації проблеми утворення образів соціальної реальності у соціологічній науці. Синтез розглянутих концепцій дозволив зробити висновок про необхідність дослідження образу як об'єктивно-суб'єктивного феномена, що формується у певному соціокультурному

контексті та визначається специфікою комунікативної організації певного суспільства.

Здійснено розрізнення сутності поняття «образ» з іншими близькими за змістом категоріями: «імідж» та «стереотип». Зазначено, що автор дотримується підходу, в якому поняття «образ» розглядається як *цілісне*, але іноді неповне уявлення про об'єкт, у той час як поняття «імідж» визначається як *цілеспрямовано сформований образ*, покликаний трансформувати дії його реципієнтів, а «стереотип» - емоційно насичене, *спрочене* уявлення про соціальний об'єкт.

У підрозділі висвітлено підходи до аналізу професії західних та вітчизняних соціологів радянського та сучасного періоду, що розкриті у контексті теорії стратифікації, теорії соціального престижу, теорії соціальних ярликів. Критичний аналіз існуючих у сучасній соціології мікро- та макросоціологічних підходів привів до висновку про необхідність звернення до якісної методології дослідження професій, що дозволить абстрагуватися від кваліфікаційних бар'єрів, які складають важливу частину «професійного комплексу», проте дещо обмежують можливості вивчення якості ставлення до різних родів занять.

Спираючись на праці представників різних соціогуманітарних наук, а також виходячи з власних теоретичних розробок, автором наведено визначення поняття «образу професії» як соціокомунікативного феномена, що детерміновано уявленнями, заснованими на особистому досвіді, та інформацією, одержуваною про об'єкт за різними каналами комунікації відповідно до експектацій комунікативного характеру.

У другому підрозділі «*Схеми соціального сприйняття як основа комунікативного механізму стигматизації професії*» розкрито основні теоретичні підходи до аналізу соціального сприйняття, розглянуто базові механізми соціальної перцепції. За допомогою аналізу схем соціального сприйняття (категорій, номінацій, типізацій, фреймів, стереотипів та образів) виявлено особливості цього процесу.

Аналіз схем соціального сприйняття проводився за допомогою понять «соціальна категоризація», «соціальні уявлення», «фрейми», «типізації», «номінації» і продемонстрував, що усі зазначені поняття – різного порядку, але однієї когнітивної природи, та представляють фундаментальну базу для вивчення соціальних стигм як джерела негативного образу професії. Останнє положення обґрунтовує необхідність дослідження образу професії на основі позитивних чи негативних категорій сприйняття та дозволяє операціоналізувати поняття «стигматизований образ професії» як результат негативного сприйняття.

Особливий акцент у дисертації зроблено на дослідженнях прибічників напрямку соціально-конструктивістської парадигми. Відштовхуючись від концепції П. Бурдьє та його послідовників, показано: керування негативними номінаціями у полі політики виконує функцію стигматизації. Розвиваючи ідеї П. Бурдьє, автор доходить висновку, що легітимно стигматизувати у публічній сфері можуть тільки уповноважені на це інститути символічного виробництва, насамперед медіа. Таким чином, стигматизовані образи змінюють саму реальність, що може деструктивно відбиватися на характері суспільних взаємодій у цілому. Вирішення наслідків

негативної номінації соціальних об'єктів автор знаходить завдяки впровадженню Ю. Габермасом ідеї комунікативної дії як конструктивно налаштованого діалогу.

У третьому підрозділі «*Комунікативний механізм формування образу професії в системі соціальних взаємодій*» визначені головні елементи комунікативного процесу як основи комунікативного механізму формування образу професії, сформульовано авторське визначення поняття «комунікативний механізм формування образу професії».

Виявлено аналітичні можливості теорій комунікації різних соціологічних шкіл для концептуалізації комунікативного механізму стигматизації професії: соціального конструктивізму (П. Бурдьє), феноменологічної соціології (П. Бергер та Т. Лукман), теорії комунікативної дії (Ю. Габермас), системної теорії (Н. Луман). Базуючись на теоретичних уявленнях, що відображені у працях західних соціологів, соціальна комунікація інтерпретується автором як інформаційна взаємодія суб'єктів соціальних дій у конкретних соціокультурних умовах з використанням відповідних засобів і технологій, підпорядкованих досягненню певної мети.

У підрозділі визначено можливості методологічного синтезу лінійної, математичної, нелінійної моделей комунікації для концептуалізації комунікативного механізму формування образу професії. Критичний аналіз представлених схем дозволив виявити їх переваги для використання у дисертаційному дослідженні: по-перше, переважне значення власне соціальної потреби в інформації для всього процесу комунікації, що на практиці формується в комплексі відповідних комунікативних очікувань, а, по-друге, у тому, що вона допомагає ставити питання для вивчення реальних ситуацій масової комунікації, та, особливо, для вивчення організації взаємодії джерела та засобів комунікації.

Спираючись на положення концепцій зазначених вище теоретиків та авторську дефініцію поняття «образ професії», комунікативний механізм формування образу професій визначено як механізм взаємодії з використанням спеціальних комунікативних каналів та інструментів (технологій), складно організований залежно від мети передачі повідомлення; умов комунікативного процесу, шумів, які спотворюють інформацію; корекції повідомлення, що забезпечує зворотний зв'язок і дає можливість комунікантам його коригувати, зробити його адекватним; характеру циркуляції інформації між відправником і реципієнтом; соціокультурного контексту конструювання повідомлення. Аналізуючи чинники, що визначають комунікативні механізми формування образу професії, автор акцентує увагу на своєрідних комунікативних очікуваннях аудиторії, які залежать, з одного боку, від ситуації комунікативного процесу, та культури, ціннісних орієнтацій, інтересів комунікантів – з іншого.

Зроблено висновок, що комунікативний механізм формування образу професії повторює елементи перцептивного та комунікативного акту, проте як аналітичний конструкт відкриває нові перспективи дослідження процесу утворення образу професії з урахуванням специфічних комунікативних очікувань на різних рівнях комунікації.

У другому розділі «**Механізм стигматизації професій у контексті стереотипного сприйняття**» висвітлено особливості механізму стигматизації як

основи формування негативного образу професії, представлено аналітичну модель цього процесу, описано комунікативні технології та практики формування негативного образу професії як елемент комунікативного механізму стигматизації.

У першому підрозділі «*Стереотипи у процесі утворення негативного образу професії*» виділено та проаналізовано зв'язок понять «стигма» та «стереотип», представлено авторську класифікацію стереотипів професій, а також аналітичну модель комунікативного механізму стигматизації. Особливу увагу приділено виявленню комунікативних технологій та практик стигматизації.

Зазначено, що формування негативного образу професій завжди пов'язане зі стереотипним сприйняттям. Аналіз професійних стереотипів дозволив їх поділити на ідеалізуючі (позитивні) та стигматизуючі (негативні). Завдяки розрізненню понять «стереотип» (певний образ) та «стигма» (властивість, на підставі якої конструюється негативний стереотип) подане визначення стигматизації як процесу наділення негативними ознаками об'єкта соціальної перцепції. Аргументовано, що мас-медійні репрезентації професій посилюють їх стереотипне сприйняття, зокрема стигматизоване.

Базуючись на теоретичних уявленнях І. Гофмана, поняття «професійна стигма» визначено як очевидну соціальну ознаку, що вказує на негативні факти про людину, пов'язані з її професією. Виділено головні ознаки стигматизації професії: 1) особливий стиль або форма одягу; 2) бравада або відчуття невпевненості у собі під час виконання службових обов'язків; 3) зайва акцентуація уваги на собі; 4) використання професії для виправдання власних невдач або, навпаки, собі на користь; 5) бажання приховати інформацію про власну професійну приналежність; 6) дискомфорт при акцентуванні уваги на професійній приналежності.

Підкреслено, що головними причинами стигматизації професій за відсутності певних зовнішніх причин виступають «брудна робота» та інші негативні практики пов'язані з виконанням професійних обов'язків, професійними інтересами, або поступова втрата соціального престижу професійною групою внаслідок зміни принципів соціальної організації суспільства та переоцінки цінностей. Аналізуючи зовнішні чинники стигматизації професій, автор доходить висновку, що можливість бути затаврованою більше в тих професій, які найближчі до обслуговування актуальних життєвих цінностей: свобода (міліціонери), здоров'я (лікарі), заможність (податківці).

Другий підрозділ «*Аналітична модель комунікативного механізму стигматизації*» присвячено вивченню історії таврування як прототипу соціальної стигматизації, побудові аналітичної моделі стигматизації професії, а також виявленню причин стигматизації професій.

Зазначено, що головне призначення таврування – покарання – перенесено до сучасних практик стигматизації у масових комунікаціях, внаслідок чого виступає майже єдиним засобом боротьби громадськості за право отримувати кваліфіковані послуги.

Аргументовано, що особливістю механізму стигматизації професії виступає комплекс причин, які активізують його роботу: (1) покарання за невиконання професійних обов'язків; (2) експлуатація негативних образів у політичній боротьбі;

(3) використання стигматизації у технології «конструювання соціальної проблеми»; (4) задоволення комунікативних очікувань негативного характеру; (5) виконання компенсаторної функції - перенесення власних недоліків на «іншого», що дозволяє виправдовувати власну «аморальність»; (6) професійна деформація. Вони komponуються у різному порядку – в залежності від окремого випадку стигматизації певної професії.

Наголошено на тому, що стигматизація як комунікативний акт функціонує на основі трансляції дискредитуючої та компрометуючої інформації про суб'єктів взаємодії, причому на всіх рівнях комунікації цей механізм забезпечується дією спеціальних інструментів, що посилюють негативну конотацію повідомлення та виконують таким чином функцію збільшення ефекту стигматизації.

У третьому підрозділі *«Комунікативні технології і практики стигматизації професій»* розкрито особливості інструментів стигматизації, як-от: маніпулятивні технології, поширення чуток, використання негативних образів професій у різних культурних продуктах.

Зазначено, що комунікативні технології стигматизації використовуються переважно у публічному дискурсі – практиках журналістських розслідувань; політичній боротьбі; задля виокремлення медіа-образу на фоні інших, надання йому статусу соціальної ексклюзії. Найефективніше у такому разі застосування маніпулятивних технологій, що реалізуються у практиках оприлюднення оцінних думок, часто не закріплених фактами; використання фреймінгу як особливого засобу демонстрації стигм-меседжу (застосування техніки розміщення інформації між повідомленнями негативного змісту); апеляція до сталих схем соціального знання, стереотипів як цілком очевидних у зв'язку з певною професією («держслужбовець – хабарник», «лікар – убивця», «спортсмен – інтелектуально слаборозвинутий» та ін.).

Особливої уваги, на думку автора, заслуговує аналіз різних культурних продуктів, що репрезентують на різних рівнях у різних формах комунікації стигматизовані образи професій (анекдоти, скетч-шоу, серіали і кінофільми, інтернет-меми та ін.). Зазначено, що Інтернет в умовах переходу України до інформаційного типу суспільства виступає особливим середовищем та засобом стигматизації у масових комунікаціях. Доступність Мережі, безкоштовні сервіси та відсутність методів контролю роблять легко вразливим кожного, хто не до вподоби реципієнту послуги під час виконання професійних обов'язків.

Зроблено висновок про те, що комунікативний механізм стигматизації залежить від комплексу негативних комунікативних очікувань, втілених у певних соціальних стереотипах та соціальних орієнтаціях.

У третьому розділі **«Емпіричні характеристики комунікативного механізму стигматизації професій»** на базі даних якісного соціологічного дослідження, проведеного автором у двох містах України з гетерогенною та гомогенною професійною структурою серед поколінь «батьків» і «дітей», методом глибинних напівструктурованих інтерв'ю (n=80, серпень-вересень 2009 р.), виявлено та систематизовано стигматизовані професійні групи, визначено змістові характеристики негативних образів, фактори, що впливають на їхнє негативне сприйняття.

Диференціація респондентів за містом проживання, віком та соціальним статусом дозволяє виявити, які стереотипні уявлення про професії є найбільш стійкими і найбільш поширеними в нашому суспільстві, а які свідчать про соціокультурні відмінності сприйняття професій між різними соціальними групами в Україні.

У першому підрозділі *«Соціокультурні та комунікативні передумови стигматизації професій в українському суспільстві. Категорії негативного сприйняття професій»* з метою виявлення контекстуальних та процесуальних характеристик механізму стигматизації розкрито зміст і специфіку негативного сприйняття в сучасній Україні.

На підставі даних соціологічного дослідження зафіксовано, що передумови стигматизації професій в українському соціумі представляють специфіку культури транзитивного українського суспільства, виражену у практиках непорозумінням між громадянами та представниками інститутів, які впроваджують певні зміни, а також специфіку маргінальної самоідентифікації українців, що віддзеркалюється в негативному сприйнятті повсякденності.

Проведене дослідження підтвердило гіпотезу про те, що комунікативний механізм стигматизації базується на двох рівнях комунікації – міжособистісному і масовому. На першому рівні формується чітка позиція відносно певної професії, навіть на основі одноразового негативного досвіду взаємодії, на другому – це сприйняття опосередковане мас-медійними засобами. Останній рівень відрізняється, на думку респондентів, ретрансляцією повідомлень переважно негативного характеру у зв'язку з більшою привабливістю такого роду інформації для аудиторії, на підставі чого емпірично підтверджена гіпотеза про визначальний характер негативних комунікативних очікувань у механізмі стигматизації. Таким чином, головним для поширеності стигматизованих образів професій стають (1) *рівень взаємодії* (рутинні практики або одиничні акти) та (2) *медіатори* (лідери суспільної думки, мас-медійні авторитети, журналісти або люди з безпосереднього оточення суб'єкта негативного сприйняття).

Важливим завданням дисертаційної роботи було визначення стигматизованих сфер зайнятості у свідомості українців. На основі емпіричних даних виявлено, що це – сфери комерції, політики, розваг, представники силових структур, сервісів психологічної допомоги, експерти у соціальних комунікаціях, представники так званих «вільних професій», медики, освітяни, виробничники, представники сфери послуг з виокремленням виконавців «брудної роботи». Підкреслено, що головним інструментом стигматизації професій залишається вживання негативних категорій та номінацій, аналіз яких надано відповідно до кожної з означених сфер діяльності. Категорії стигматизації пропоновано систематизувати за трьома критеріями: негативне ставлення до професії, негативний зміст роботи та особисті негативні властивості представників стигматизованих професій.

У другому підрозділі *«Детермінанти стигматизації професій»* за допомогою методу щільного опису даних визначено групи чинників, що впливають на формування негативного образу професії у кожній окремій сфері діяльності.

Виявлено, що стигматизація різних сфер зайнятості має свою специфіку. Зайняті у комерційній діяльності (агенти з нерухомості, банківські службовці, бізнесмени, маклери, менеджери з продажів, представники мережевого маркетингу, економісти та ін.) стигматизуються переважно із заздрості та переконання, що подібні їм мають надто високий дохід, не відповідний докладеним зусиллям та рівню професійної кваліфікації. Окрім зазначених причин, представники сфери розваг (артисти і шоумени, круп'є в казино, фотомоделі, стриптизерки та ін.) стигматизуються через уявлення про притаманні їм низькі моральні якості. Останні з групи високодохідних професій – сфера політики (депутати, державні службовці) – окрім зазначених причин стигматизована через використання корупційних практик та порушення закону. До сфери політичної діяльності респонденти відносять також експертів у соціальних комунікаціях (соціологи, політологи, журналісти та PR-менеджери), яких стигматизують внаслідок «зараження» від політиків та завдяки вживанню неперевіреної або сфабрикованої інформації.

Професії, що відносяться респондентами до категорії середнього доходу, експертів у соціальних комунікаціях, представлено «силовиками», спеціалістами з психологічної допомоги та так званими «вільними професіями». Останні (вчені, артисти, поети) підлягають упередженням через відсутність спеціальних практичних навичок, що дозволяють їх володарям задовольняти вітальні потреби. Представників вільних професій відносять до категорії «неприспосованих до життя», і у період падіння рівня життя, актуалізації потреб першого порядку таке соціальне маркування може трансформуватися на категорію «непотрібні». Силовики стигматизуються з причин, що представлені у комплексі таких чинників: суб'єктивні - порушення закону, корупція, пособництво злочинцям, приписування специфічних особистісних якостей, низький професіоналізм; об'єктивні - природне обмеження свободи людини з боку силовиків та негативні репрезентації у ЗМК.

Встановлено, що всі інші професії із загального переліку стигматизованих респонденти відносять до категорій низького доходу або нижче середнього - медики, освітяни, виробничники, представники сфери послуг з виокремленням виконавців «брудної роботи». Через порівняно низький дохід спеціалістів бюджетного фінансування та представників низькокваліфікованої праці подібні заняття стигматизуються в категоріях бідності. Саме цей фактор спричиняє поширення корупційних практик серед лікарів, вчителів та викладачів, коли професія стає для людини виправданням дій, неналежних професійній етиці. Групи професій, пов'язані з фізичним трудом – виробничники, сфера послуг, робітники – стигматизуються переважно респондентами молодшого покоління через те, що для них, першорядне значення, окрім високого доходу, має те, щоб професія створювала імідж успішної людини, складовими якого є презентабельні умови роботи (офіс, а не виробництво), красивий зовнішній вигляд та інше.

У третьому підрозділі «*Типології стигматизованих професій. Емпіричні моделі механізму стигматизації професій*» класифіковано виявлені професії за змістом стигматизації та за характером соціальних очікувань, представлено емпіричні моделі стигматизації.

У ході аналізу емпіричних даних було класифіковано професії за критеріями негативного враження, наявності негативних соціальних практик, негативного змісту роботи. Реалізована нами класифікація груп за сферами діяльності та рівнем доходу дозволила виявити причини стигматизації, що полягають у безпосередньому виконанні професійних обов'язків («брудна робота»), у мірі дистанціювання від «простих людей» та у вживанні корупційних практик, які є джерелом незаконного доходу і виступають чинником посилення ефекту стигматизації професії.

Виявлені нами характеристики стигматизованих професій, залежно від дихотомних альтернативних способів орієнтації, дозволили розкрити причини стигматизації занять, орієнтованих на емоційну стриманість або розкутість при виконанні професійних обов'язків; занять, що надають порівняно високий статус унаслідок приписування, а не досягнення; занять, що надають великі владні повноваження і нецільове їх уживання; занять, що передбачають особисту залученість у проблеми клієнта; представників професій, що реалізують мотивацію попри декларовані норми професійної етики. Головне спостереження стигматизації за таким критерієм – у невідповідності соціальним очікуванням представників стигматизованих професій.

Проведене соціологічне дослідження дозволило емпірично обґрунтувати існування одно- та двоступеневих рівнів стигматизації, відповідно до існуючих в історії соціології моделей комунікації.

Зроблено висновок про те, що стигматизація як механізм негативного сприйняття професії відбувається переважно під впливом кон'юнктури інформаційного простору сучасного українського суспільства.

У **висновках** дисертації підсумовуються результати дослідження комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії. Відповідно до завдань роботи, підбито підсумки, сформульовано основні результати дисертаційного дослідження, визначено перспективи подальшого наукового вивчення проблеми та можливості використання результатів у послабленні дії упереджень і негативних стереотипів відносно професій у повсякденній свідомості українців.

Для здійснення теоретичної інтерпретації поняття «образ професії» описані категорії «образ» і «професія». Проведений аналіз сучасних інтерпретацій категорії образу свідчить про те, що концептуалізація цього явища як цілісного, іноді неповного уявлення про об'єкт, різними авторами здійснюється практично в одному напрямі. Професію в рамках дисертаційного дослідження ми розглядаємо як заняття, спеціальний вид діяльності і приналежність до відповідної групи професіоналів. Незважаючи на те, що цей феномен було багаторазово емпірично досліджено, поняття «образ професії» як єдність суб'єктивних і об'єктивних, обумовлених певним соціальним контекстом уявлень про професію, дотепер не піддавалося ретельному теоретичному аналізу. У зв'язку з цим у дисертації представлено авторське визначення поняття «образ професії» як особливої когнітивної форми, що сконструйована у якості поєднання віддзеркалення дійсного уявлення про професію, а також інформації щодо об'єкту з різних комунікативних джерел у конкретній соціокультурній ситуації відповідно до експектацій комунікативного характеру.

Теоретична концептуалізація стигматизації професій відбувається у межах концепції викривленої ідентичності І. Гофмана як позначення певної професії однією чи декількома соціальними ознаками, що вказують на дискредитуючі та компрометуючі факти біографії людини, пов'язані з її професією. Стигматизація професії проявляється у дискомфорті при акцентуванні уваги на професійній приналежності; використанні людиною професії для виправдання власних невдач або собі на користь; відчутті невпевненості у собі або браваді під час виконання службових обов'язків; іноді, у бажанні приховати інформацію про власну професійну приналежність та, нарешті, у особливому зовнішньому вигляді (стилі або формі одягу).

Аналіз існуючих форм, видів, рівнів і моделей соціальної комунікації дозволив сконструювати аналітичну модель комунікативного механізму і розкрити значення цього поняття. Зазначена аналітична конструкція універсальна, завдяки чому вона може застосовуватися для опису практично будь-яких соціальних явищ, пов'язаних з когнітивними процесами. Основна перевага моделі полягає в можливості для учасників комунікативного процесу постійно мінятися ролями комунікатора і реципієнта, у циклічно замкненому зв'язку інструментальних процесів. Аналітична модель комунікативного механізму стигматизації включає когнітивні операції і спеціальні комунікативні технології, складно організовані в залежності від певних комунікативних очікувань та предмету комунікації на рівнях і міжособистісної, і масової комунікації (як безпосередньої, face-to-face, так і медіатизованої різними культурними продуктами).

У дисертаційній роботі представлено поетапне описання усіх елементів комунікативного механізму стигматизації професій: (1) маркування професійних груп за допомогою позначення стигматизованими номінаціями в міжособистісних комунікаціях; (2) поглинання продукованих повсякденними взаємодіями категорій, типізацій, номінацій засобами масової комунікації; (3) перетворення, фільтрація, оформлення одержаної інформації; (4) формулювання стигматизуючого медіа-меседжу для передачі за допомогою ЗМІ та ЗМК; (5) трансляція повідомлення за допомогою спеціальних комунікативних технологій і особливих механізмів впливу в соціальних комунікаціях; (6) сприйняття і засвоєння масовою аудиторією соціальних стигм, трансформація їх в соціальні стереотипи; (7) використання стигматизуючих номінацій і типізацій у повсякденних взаємодіях; (8) чинники стигматизації, що активізують дію механізму в цілому та втілені у негативних комунікативних очікуваннях.

У дисертації описано професійні стигми, репрезентовані в продуктах текстової, аудіовізуальної, візуально-текстової комунікації: анекдоти про військових, міліціонерів, лікарів та ін.; кінострічки вітчизняного та іноземного виробництва, гумористичні скетч-шоу, демотиваційні плакати, присвячені репрезентації негативних сторін професій на інтернет-форумах, у блогах та соціальних мережах. Механізм стигматизації реалізується за допомогою комунікативних практик чуток у неформальних комунікаціях, а також за допомогою використання маніпулятивних технологій в Інтернет-, теле- і кінодискурсах.

Емпіричне дослідження існуючих негативних образів занять у свідомості українців, проведене методом глибинних інтерв'ю, надало можливість класифікувати чинники стигматизації професій залежно від (1) негативного враження, (2) використання негативних соціальних практик, (3) негативного змісту роботи. У ході аналізу отриманих даних виявлено найпоширеніші причини негативного сприйняття професій: «брудна робота», високий ступінь дистанціювання від «простих людей», а також використання незаконних, але традиційних і загальноприйнятих практик у певному професійному співтоваристві. Екстраполяція емпіричних даних на аналітичну модель дозволила представити дві емпіричні моделі комунікативного механізму стигматизації професій: одноступеневу та двоступеневу, що реалізуються на рівнях безпосередніх і медіа-комунікацій, відповідно.

За допомогою порівняльного аналізу даних емпіричного дослідження систематизовані стигматизовані професії залежно від невідповідності соціальним очікуванням у координатах дихотомних перемінних соціальної дії (за Т. Парсонсом). З одного боку, стигматизуються професії, які вимагають емоційної нейтральності, але пов'язані з високим ступенем афективності для клієнтів, що представлено респондентами в категоріях «страх», «огида», «побоювання», «ганьба» (патологоанатоми, психотерапевти, асенізатори та ін.). З іншого боку, очікування клієнтів щодо представників сфери послуг (громадський транспорт, продовольчі ринки) сконцентровані на потребі одержувати послуги в афективно нейтральному виконанні, але стикаються із зворотною ситуацією. За критерієм мотиваційної орієнтації виділяються професії, що декларують установку на суспільний інтерес, але, в той же час, демонструють у повсякденності орієнтацію на себе (депутати, держслужбовці, соціологи, журналісти). Аналогічно, джерелом стигматизації професії, залежно від «масштабу розповсюдження повноважень», виступає партикуляризм суддів, урядовців, податкових інспекторів, міліціонерів та ін. Професійний обов'язок вимагає від них абсолютно незалежної позиції до клієнтів, а в реальності їх рішення визначаються зв'язками та корпоративними інтересами. Соціальні очікування щодо лікарів і вчителів, залежно від ступеня формалізації дій, не задовольняються у зв'язку з поширеною установкою споживачів їх послуг на повне занурення в їх суто приватні життєві обставини. За критерієм «засіб досягнення» стигматизуються професії, що наділені, за думкою респондентів, надто високим статусом у суспільстві (шоумени, бізнесмени). Таким чином, стигматизація професій втілюється у практиках фрустрації в контексті незбігу фреймів учасників суспільної взаємодії.

У результаті емпіричного дослідження автор доходить висновку, що стигматизація професій диференційована залежно від суб'єкта сприйняття професії: якщо респонденти старшого віку не відрізняються упередженим ставленням до представників робочих професій, невід'ємним атрибутом яких є «брудна робота», то для більшості респондентів молодшого віку будь-яка робота, пов'язана з фізичною працею, викликає відчуття огиди і зневаги.

У цілому за своєю концептуальною спрямованістю дисертаційне дослідження покликане заповнити своєрідний теоретичний вакуум в соціології повсякденності, пов'язаний з маловивченими аспектами процесу стигматизації, зокрема стигматизації

професій. Водночас, дисертація є спробою розширити спектр існуючих концепцій у соціології комунікацій за допомогою аналізу комунікативного механізму стигматизації професій. Запропонована в дисертації концепція є внеском у розвиток інтерпретативного підходу Г. Беккера та Е. Х'юза в їх принциповій відмові від суто стратифікаційного аналізу занять, який призводить до втрати соціокультурної та комунікативної специфіки професій.

Безумовно, комунікативний механізм стигматизації у межах цієї роботи не може вважатися проаналізованим повною мірою і вимагає подальших досліджень. Зокрема, залишається відкритою перспектива аналізу стигматизації в її конструктивному, позитивному значенні для дослідження процесів соціальної диференціації. Одним з подальших напрямів досліджень у соціології конфлікту може слугувати аналіз комунікативного потенціалу стигматизації як засобу дезорієнтації опонентів у відкритому конфлікті або протистоянні в публічній сфері. І, нарешті, вимагає глибокого аналізу проблема стигматизації агентів соціальних інститутів (унаслідок неузгодженості дій офіційних осіб, що представляють у масовій свідомості певний інститут) як показник прогресуючої інституційної кризи. Таким чином, концепт стигматизації відкриває множинні перспективи для дослідження когнітивних процесів, зокрема процесів утворення соціальних образів у повсякденних взаємодіях.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Свистунова Г. Н. Стигмированные идентичности: возможности социологического анализа / Свистунова Галина Николаевна // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць.* – Х.: Видавничий центр ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2003. – С. 592-594.

2. Свистунова Г. М. Стигмовані ідентичності за Ервіном Гоффманом: можливості соціологічного аналізу професійних ідентичностей / Г. М. Свистунова // *Матеріали всеукраїнської наукової студентсько-аспірантської конференції «Соціологія: минуле, сьогодення, майбутнє».* – Львів, 2003. – С. 13-15.

3. Свистунова Г. Феномен искаженных профессиональных идентичностей / Свистунова Галина // *Социология: вызовы глобализирующегося мира. Сборник тезисов докладов участников международной студенческой конференции.* – Х.: Издательский центр ХНУ имени В. Н. Каразина, 2004. – С. 58.

4. Свистунова Г. Субкультура студентов-социологов: профессиональные ориентации и профессиональные ценности / Свистунова Г. // *Молодь в умовах нової соціальної перспективи: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції.* – Житомир, 2004. – С. 373-374.

5. Кравченкова Г. Н. Социальная идентичность: к истории определения понятия / Кравченкова Галина Николаевна // *Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. «Социологические исследования современного общества: методология, теория, методы».* – Х.: Издательский центр ХНУ имени В.Н. Каразина, 2006. – № 723. – С. 70-75.

6. Кравченкова Г. Н. Стигмированные социальные идентичности: новый подход к проблеме исследования профессиональных идентичностей / Кравченкова Галина Николаевна // Материалы XIII международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». Том 1. – М.: Изд-во МГУ. – 2006 – С. 418-420.

7. Кравченкова Г. Н. Концепт профессии в теоретических построениях Т. Парсонса и Э. Хьюза / Кравченкова Галина Николаевна // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. У 2-х т. Т.1. – Х.: Видавничий центр ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2008. – С. 194-199.

8. Кравченкова Г. Н. Стигматизация в контексте современных теорий коммуникации (обзор зарубежных теорий) / Кравченкова Галина Николаевна // Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. «Социологические исследования современного общества: методология, теория, методы». – Х.: Издательский центр ХНУ имени В. Н. Каразина, 2009. – № 844. – С. 102-106.

9. Кравченкова Г. Н. Анализ коммуникативного механизма стигматизации (на примере профессий) / Кравченкова Галина Николаевна // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. – Випуск 15. – Х.: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2009. – С. 283-289.

10. Кравченкова Г. Н. Модель коммуникативного механизма стигматизации (на примере профессий) / Галина Кравченкова // Соціологія в ситуації соціальних невизначеностей: Тези доповідей учасників I Конгресу Соціологічної асоціації України. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. – С. 134.

11. Кравченкова Г. М. Стигматизація професій як прояв кризової свідомості українців / Кравченкова Галина Миколаївна // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи». – Випуск 25. – Х.: Видавничий центр ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 2010. – С. 112-115.

АНОТАЦІЯ

Кравченкова Г. М. Комунікативний механізм стигматизації як основа формування негативного образу професії. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2010.

У дисертації проаналізовані теоретико-методологічні підходи дослідження комунікативного механізму стигматизації як основи формування негативного образу професії в умовах сучасного українського суспільства. Обґрунтована теоретична інтерпретація поняття «комунікативний механізм стигматизації професій» як складної системи взаємодії, що ґрунтується на передачі інформації про професію за допомогою спеціальних засобів на усіх рівнях комунікації в умовах специфічних комунікативних очікувань негативного характеру.

У результаті емпіричного дослідження автор доходить висновку, що стигматизація професій диференційована залежно від суб'єкта сприйняття професії. Також на основі проведеного соціологічного дослідження доведено, що механізм стигматизації професій реалізується за допомогою невідповідності професій соціальним очікуванням у координатах дихотомних змінних соціальної дії.

Ключові слова: *комунікативний механізм, образ професії, комунікативний механізм стигматизації, соціальна комунікація, негативний стереотип професії, повсякденність.*

АННОТАЦІЯ

Кравченкова Г. Н. Коммуникативный механизм стигматизации как основа формирования негативного образа профессии. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.04 – специальные и отраслевые социологии. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина. – Харьков, 2010.

В диссертации проанализированы теоретико-методологические подходы к исследованию коммуникативного механизма стигматизации как основы формирования негативного образа профессии в условиях современного украинского общества. Обоснована теоретическая интерпретация понятия «образ профессии» как процесса обозначения определенной профессии одним или несколькими социальными признаками, которые указывают на дискредитирующие факты о субъекте социального взаимодействия, связанные с его профессией. В свою очередь, коммуникативный механизм стигматизации профессий определяется в работе как сложная система взаимодействия, основанная на передаче информации о профессии при помощи специальных средств, затрагивающей все уровни коммуникации в условиях специфических коммуникативных ожиданий негативного характера.

В работе выделены и охарактеризованы коммуникативные практики стигматизации профессий, представленные в продуктах текстовой (анекдоты), аудиовизуальной (киноленты, скетч-шоу), визуально-текстовой коммуникации (демотивационные плакаты), реализуемые посредством слухов, сплетен и злословия в неформальных коммуникациях, а также опосредуемые применением манипулятивных технологий в телевизионном дискурсе (например, журналистские расследования). Особое внимание уделяется эмпирической интерпретации, а также классификации понятий и категорий стигматизации профессий на основе данных качественного исследования по трем группам категорий: отношения, работа, характеристики.

Охарактеризованы все элементы коммуникативного механизма стигматизации профессий: (1) маркирование профессиональных групп посредством обозначения стигматизированными номинациями в межличностных коммуникациях; (2) поглощение продуцируемых повседневными взаимодействиями категорий, типизаций, номинаций средствами массовой коммуникации; (3) преобразование, фильтрация, оформление полученной информации; (4) формулировка стигматизирующего медиа-месседжа, для передачи при помощи СМК; (5) трансляция данного сообщения посредством специальных коммуникативных технологий и

особых механизмов воздействия в социальных коммуникациях; (6) восприятие и усвоение массовой аудиторией стигм, трансформация их в социальные стереотипы; (7) использование стигматизирующих номинаций и типизаций в повседневных взаимодействиях; (8) факторы стигматизации, которые активизируют действие механизма в целом и реализованы в негативных коммуникативных ожиданиях.

На основе анализа проведенного автором эмпирического социологического исследования коммуникативного механизма стигматизации как основы формирования негативного образа профессии в повседневном сознании граждан Украины определены содержательные характеристики стигматизированных профессий. Показано, что социокультурные условия и коммуникативные предпосылки стигматизации профессий в украинском обществе представляют собой особенности культуры транзитивного общества, отличающегося во многих случаях непониманием социальной ситуации со стороны его граждан и их маргинальной самоидентификацией. Выделены основные критерии стигматизации профессий: негативные социальные практики, негативное содержание работы, негативное впечатление. Реализованная автором классификация групп стигматизированных профессий по сферам деятельности и уровню дохода позволила выявить причины стигматизации, представленные в непосредственном выполнении профессиональных обязанностей («грязная работа»), в степени дистанцирования от «простых людей» и в применении коррупционных практик, которые являются источником незаконного дохода и выступают фактором усиления эффекта стигматизации.

В результате эмпирического исследования автор приходит к выводу, что стигматизация профессий дифференцирована в зависимости от субъекта восприятия профессии. Доказано, что существуют межпоколенческие различия в восприятии профессий: если респонденты старшего возраста не отличаются предубежденным отношением к представителям рабочих профессий, неотъемлемым атрибутом которых является «грязная работа», то у многих молодых респондентов любая работа, связанная с физическим трудом, вызывает чувство отвращения и пренебрежения. Подчеркнуто, что в коммуникативных практиках стигматизации в современном украинском обществе особое значение приобретает Интернет. Также, на основе проведенного социологического исследования сделан вывод о том, что механизм стигматизации профессий реализуется посредством несоответствия профессий социальным ожиданиям в координатах дихотомных переменных социального действия.

Ключевые слова: *коммуникативный механизм, образ профессии, коммуникативный механизм стигматизации, социальная коммуникация, негативный стереотип профессии, повседневность.*

SUMMARY

Kravchenkova G. M. Communicative Mechanism of Stigmatization as a Basis of Profession Negative Image Formation.

The Dissertation for a Candidate Degree in Sociological Sciences, Specialty 22.00.04 – Special and Branch Sociology. – V.N. Karazin Kharkiv National University. – Kharkiv, 2010.

In the thesis analyzed theoretical and methodological approaches to the study of the communicative mechanism of stigmatization as a basis of profession negative image formation in conditions of contemporary Ukrainian society. There is substantiated theoretical interpretation of the "communicative mechanism of professions stigmatization" as a complex system of interaction based on information transfer about profession through special facilities affecting all levels of communication in conditions of specific communication expectations of a negative nature.

On the basis of the empirical study, the author concludes that stigmatization of professions differentiated depending on the subject of profession perception. Furthermore, based on the author's analysis of survey it is drawn a conclusion that instrument of professions stigmatization is carried out by incompatibilities social expectations of dichotomous variable coordinates of social action.

Keywords: *communication mechanism, image of profession, communicative mechanism of stigmatization, social communication, negative stereotype of profession and life-world.*

Відповідальний за випуск
член-кореспондент НАН України,
доктор соціологічних наук, професор Бакіров В. С.