



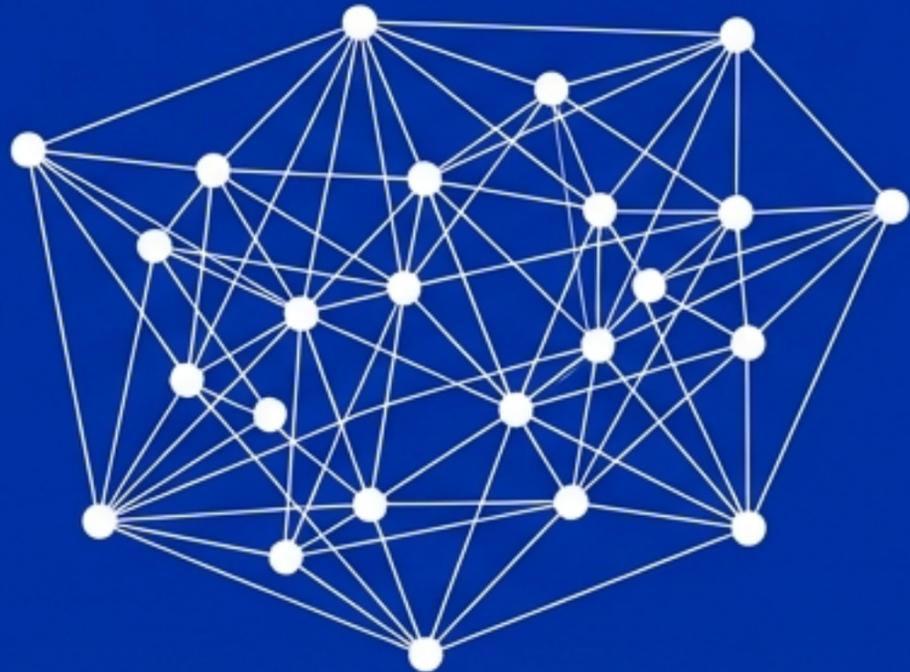
# **СОЦІОЛОГІЯ. ТЕМА 3.**

## **СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ, СТРАТИФІКАЦІЯ ТА СОЦІАЛЬНА ПОВЕДІНКА**

# ТЕОРЕТИЧНІ МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ

## ЦІННІСНО-НОРМАТИВНА МОДЕЛЬ

- Суспільне життя — це переплетіння взаємодій. Структура — це сталі елементи, що забезпечують порядок.
- Елементи: Соціальні статуси, Соціальні ролі, Соціальні норми і цінності.



## КАТЕГОРІАЛЬНА МОДЕЛЬ

- Структура — це сукупність великих груп зі схожими об'єктивними рисами.
- Підструктури суспільства:
  - Соціально-професійна
  - Соціально-демографічна
  - Соціально-територіальна
  - Соціально-етнічна
  - Соціально-класова



# ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОЇ НЕРІВНОСТІ ТА СТРАТИФІКАЦІЇ

## СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ

Це структурний принцип організації суспільства.

Передумови:

1. Нерівність здатностей та можливостей.
2. Обмеженість ресурсів.

Результат: Спеціалізація діяльності.

## СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ

Система ієрархічно розташованих соціальних верств. Термін запозичено з геології.

## СТРАТА

Велика група людей, об'єднаних спільними соціальними ознаками (власність, влада, освіта, престиж), що займають однакове місце в ієрархії.



# ПІДХОДИ ДО ПОЯСНЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СТРАТИФІКАЦІЇ



## К. МАРКС (ЕКОНОМІЧНИЙ ДЕТЕРМІНІЗМ)

Класи виникають через поділ праці та приватну власність.  
Головний критерій — володіння засобами виробництва.



## М. ВЕБЕР (БАГАТОВИМІРНА МОДЕЛЬ)

Три компоненти нерівності:  
1. Багатство (Економіка)  
2. Влада (Політика)  
3. Престиж (Соціокультура)



## П. СОРОКІН

Стратифікація вічна.  
Три види: економічна, політична, професійна.

## ФУНКЦІОНАЛІЗМ VS. КОНФЛІКТОЛОГІЯ



**Парсонс:**  
Нерівність —  
механізм  
виживання, стимул  
для найкращих.

**Дарендорф:**  
Нерівність —  
результат  
несправедливого  
розподілу влади.

# СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЧЕРЕЗ ДОСТУП ДО РЕСУРСІВ



## ТЕОРІЯ КАПІТАЛІВ П'ЄРА БУРДЬЄ

### Демонстративне споживання

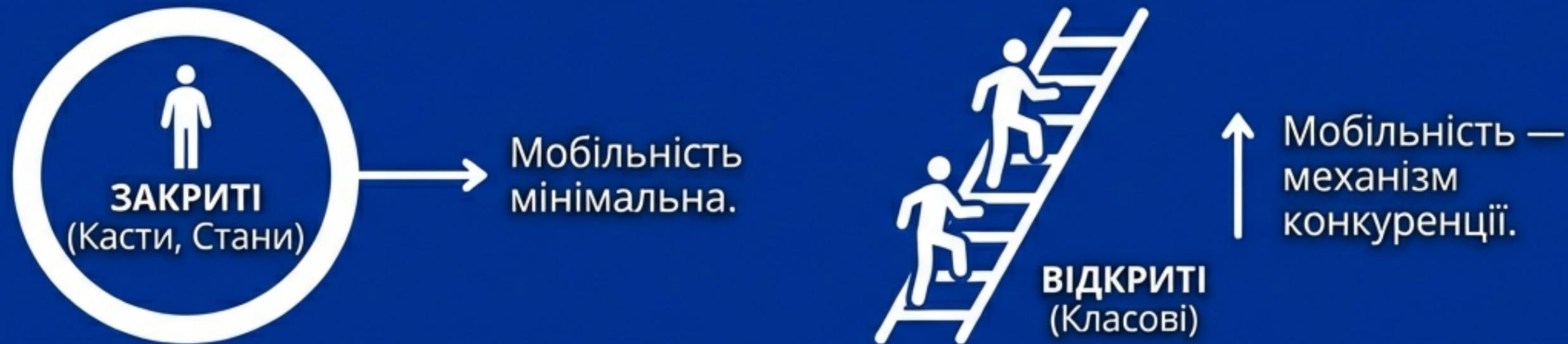
(Т. Веблен):  
Використання товарів для демонстрації платоспроможності.

### Життєві шанси

(М. Вебер):  
Ймовірність доступу до дефіцитних ресурсів, що залежить від стартових умов.

# СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

**ВИЗНАЧЕННЯ (П. СОРОКІН, 1927):** Перехід соціального об'єкта або цінності з однієї позиції в іншу.



**ФУНКЦІЯ:** Забезпечує оновлення еліт та стабільність системи.

## ТИПИ СИСТЕМ:

- **ЗАКРИТІ (Касты, Станы):** Мобільність мінімальна. Статус за спадковістю.
- **ВІДКРИТІ (Класові):** Мобільність — механізм конкуренції. Формальна рівність.

# КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ



# КАНАЛИ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ



- **ВИЗНАЧЕННЯ:** Соціальні інститути («Соціальні ліфти»), які сприяють висхідним пересуванням.
- **ОСНОВНІ КАНАЛИ:**
  - **ОСВІТА ТА НАУКА** (Головний канал у суспільстві знань, «соціальне сито»)
  - **ЕКОНОМІЧНІ ОРГАНІЗАЦІЇ** (Бізнес, кар'єра)
  - **ПОЛІТИКА** (Партії, влада)
  - **АРМІЯ** (Історичний ліфт)
  - **ЦЕРКВА**
  - **СІМ'Я ТА ШЛЮБ** (Мезальянс)

# СОЦІАЛЬНА МОБІЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

## HR-МЕНЕДЖМЕНТ

- **МЕРИТОКРАТІЯ:** Статус визначається здібностями.
- **«СКЛЯНА СТЕЛЯ»:** Невидимі бар'єри (гендер, вік), що збільшують плинність кадрів.
- **СОЦІАЛЬНА АДАПТАЦІЯ:** Подолання «культурного шоку» від зміни статусу.

## МАРКЕТИНГ

- **ВИСХІДНА МОБІЛЬНІСТЬ:** Статусне самоствердження, демонстративне споживання брендів.
- **НИЗХІДНА МОБІЛЬНІСТЬ:** Перехід на товари-замінники при збереженні ритуалів.

# ПРИРОДА СОЦІАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

СОЦІАЛЬНА ДІЯ (М. ВЕБЕР): Дія, свідомо орієнтована на інших.

## ЦІЛЕРАЦІОНАЛЬНА

Чітка мета + підбір засобів  
(Бізнес-стратегія).

## ЦІННІСНО-РАЦІОНАЛЬНА

Віра в цінність вчинку (Етика).

## АФЕКТИВНА

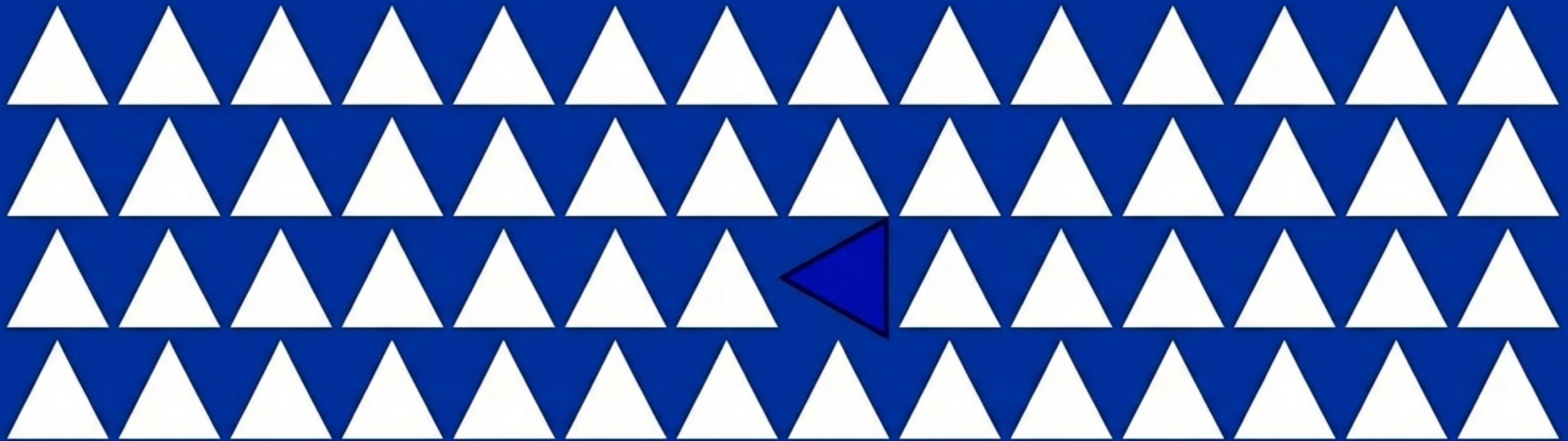
Емоційна реакція (Гнів, страх).

## ТРАДИЦІЙНА

Дія за звичкою.

**Тренд:** У модернізованому суспільстві домінує цілераціональність.

# ДЕВІАНТНА ПОВЕДІНКА



## ВИЗНАЧЕННЯ:

Дії, що не відповідають офіційно встановленим або фактично сформованим нормам.

## РЕЛЯТИВНІСТЬ:

Девіація залежить від часу, місця, групи (IT vs. Армія).

## ВИДИ:

- **НЕГАТИВНА:** Злочинність, корупція.
- **ПОЗИТИВНА:** Творче новаторство, геніальність.

# СОЦІОЛОГІЧНІ ТЕОРІЇ ПРИЧИН ДЕВІАЦІЇ

## АНТРОПОЦЕНТРИЧНІ ПІДХОДИ

- Біологічний (Ломброзо)
- Психологічний (Фрейд)

## СОЦІОЛОГІЧНІ ПАРАДИГМИ

- **ТЕОРІЯ АНОМІЇ (Р. МЕРТОН):** Розрив між цілями та засобами.  
Стратегії: Конформізм, Інновація, Ритуалізм, Ретритизм, Бунт.
- **ТЕОРІЯ «ЯРЛИКУВАННЯ» (Г. БЕККЕР):** Девіація — це статус/стигма, накладений владними групами.

## КОНФЛІКТОЛОГІЯ

Девіація як акт спротиву.

# СОЦІАЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ ЧЕРЕЗ НОРМИ ТА САНКЦІЇ

## СОЦІАЛЬНІ НОРМИ

- Норми-правила (Закони)
- Норми-очікування (Традиції)

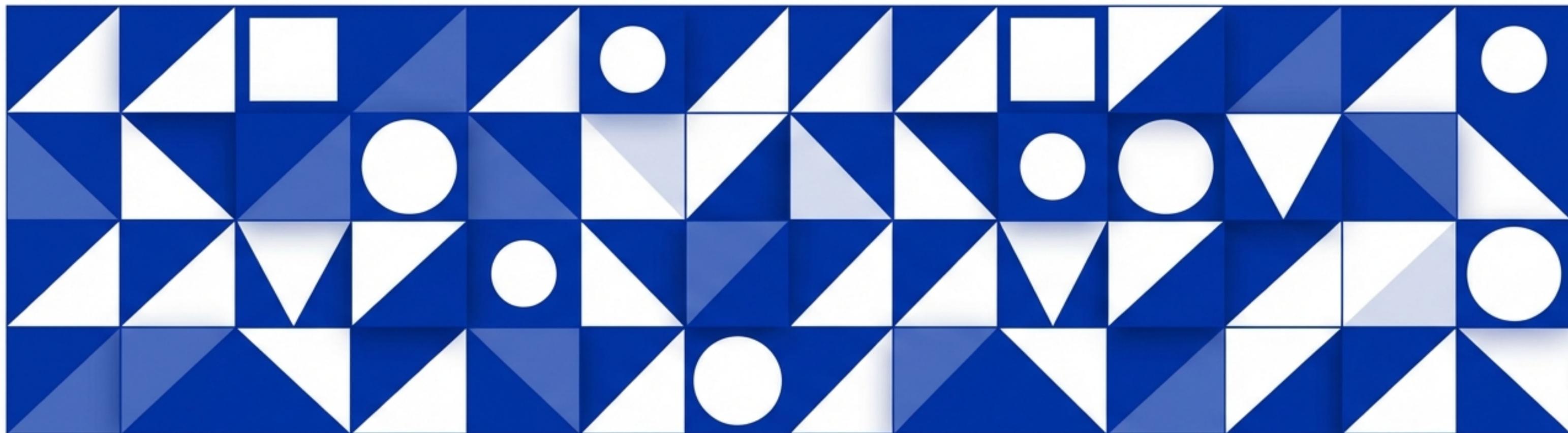
## СОЦІАЛЬНІ САНКЦІЇ

- **ФОРМАЛЬНІ:**
  - + Нагороди / - Штрафи
- **НЕФОРМАЛЬНІ:**
  - + Похвала / - Висміювання

**ПОРЯДОК**

**САМОКОНТРОЛЬ:** Совість (найтефективніший регулятор).

# РІЗНОМАНІТНІСТЬ ЯК СОЦІОЛОГІЧНА КАТЕГОРІЯ



## **DIVERSITY MANAGEMENT:**

Стратегічний підхід до залучення різних соціальних груп для підвищення конкурентоспроможності.

## **ЕВОЛЮЦІЯ:**

Від «Рівних можливостей» до «Капіталізації відмінностей».

**ІНКЛЮЗІЯ:** Якісна характеристика культури. Інклюзивне середовище перетворює «відхилення» на частину нової норми.

# ВИКОРИСТАННЯ РІЗНОМАНІТНОСТІ В МЕНЕДЖМЕНТІ ТА МАРКЕТИНГУ

## МЕНЕДЖМЕНТ

- **ГЕНДЕРНА:** Ширший спектр стилів.
- **ВІКОВА:** Досвід + Цифрова гнучкість.
- **КОГНІТИВНА:** Різні типи мислення прискорюють інновації на 20-30%.

## МАРКЕТИНГ

- **СИМВОЛІЧНА РЕПРЕЗЕНТАТИВНІСТЬ:** Споживач «бачить себе».
- **НІШЕВИЙ МАРКЕТИНГ:** Продукти для недопредставлених груп.
- **ЗАПОБІГАННЯ ЕТНОЦЕНТРИЗМУ:** Уникнення стереотипів.

# СОЦІОЛОГІЧНІ РИЗИКИ ТА БАР'ЄРИ



## ЕТНОЦЕНТРИЗМ ТА КСЕНОФОБІЯ

Сприйняття власної  
групи як еталону.



## СКЛЯНА СТЕЛЯ

Невидимі бар'єри  
для просування.



## СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ СПОЖИВАЧА

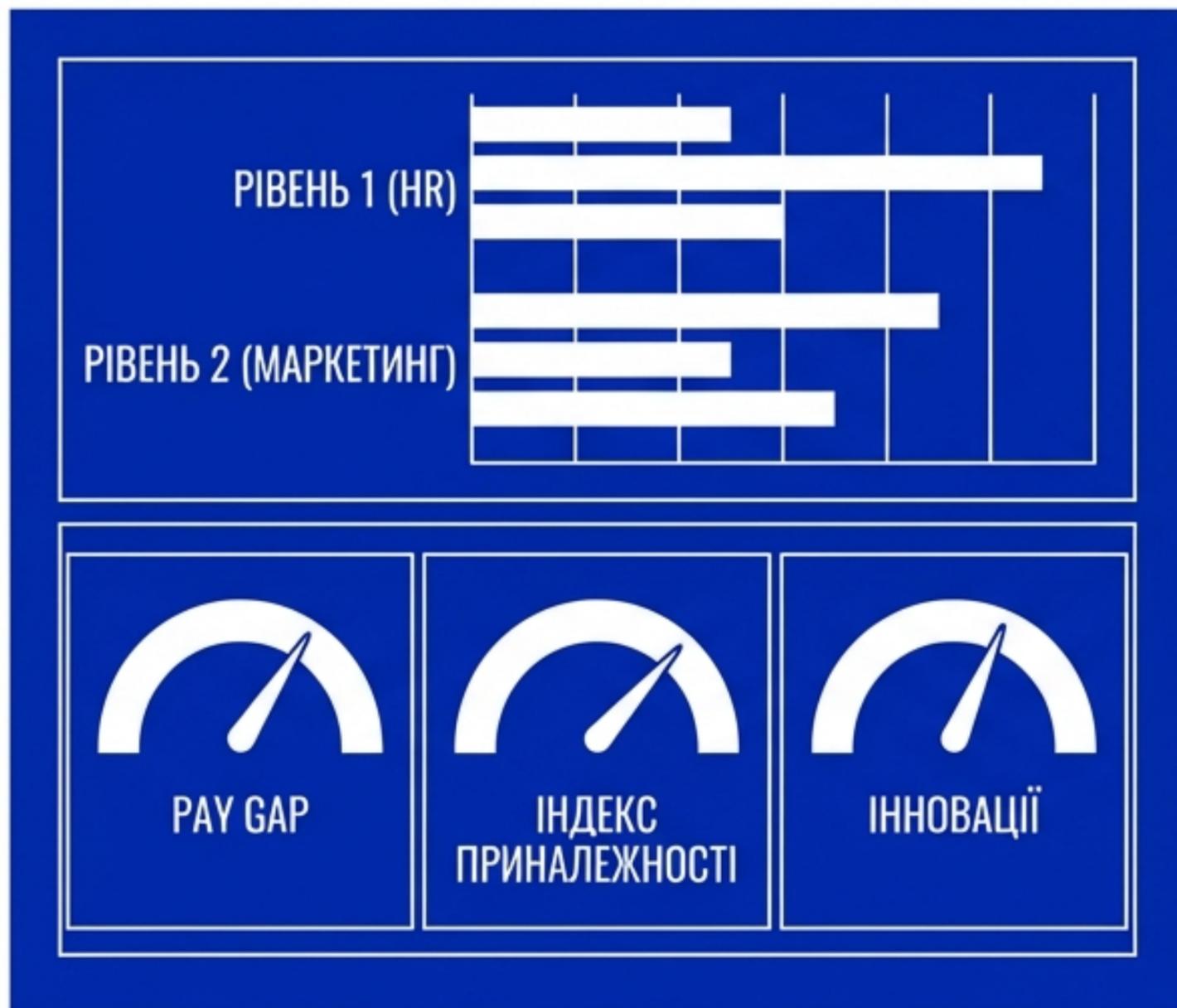
Спрощення  
клієнта  
(ігнорування груп).



## ЕХО-КАМЕРИ

Групове мислення,  
ігнорування  
ринкових змін.

# СОЦІОЛОГІЧНИЙ МОНІТОРИНГ РІЗНОМАНІТНОСТІ



## РІВЕНЬ 1: ВНУТРІШНІЙ АУДИТ (HR)

- Diversity Audit
- Pay Gap Analysis
- Індекс приналежності

## РІВЕНЬ 2: МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ

- Емпатійні карти
- Пре-тестування контенту

## КРІ (ПОКАЗНИКИ):

Динаміка плинності кадрів, швидкість інновацій, NPS.