

Center for Economic and Policy Research, 2008. Available at <http://www.cepr.net/documents/publications/2008-12-Measuring-Poverty-and-Economic-Inclusion.pdf>

11. Mies M., Shiva V. Ecofeminism / Mies M., Shiva V. - Halifax, Nova Scotia; London, 1993
12. Rawal N. Social Inclusion and Exclusion: A Review / Rawal N. // Dhaulagiri Journal of Sociology and Anthropology, 2008, Vol. 2
13. Toye M., Infanti J. Social Inclusion and Community Economic Development/ Toye M., Infanti J. - 2003. Available at <http://www.ccednet-rcdec.ca>
14. Wilson L. Developing a Model for the Measurement of Social Inclusion and Social Capital in Regional Australia / Wilson L. // Social Indicators Research, Vol. 75, No. 3, 2006
15. Wolf N. The Beauty Myth / Wolf N. // Margaret L. Andersen and Patricia Hill Collins (ed.) Race, Class, and Gender: An Anthology. – Second Edition. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 1995.

УДК 303.09

Сірий Є.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, факультет соціології, доктор соціологічних наук, доцент

ПРОГРАМНИЙ АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ЧИННИКА СТРУКТУРНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СОЦІУМІ

У статті відображено концептуально-програмний аспект дослідження підприємництва як чинника структурних трансформацій, його побудови та розвитку, а також означений пошук конструктивних підходів формування теоретико-методологічних засад дослідження та аналіз проблем теоретико-методологічного характеру.

Ключові слова: підприємництво, трансформаційні процеси, соціальна ефективність підприємництва, інституціоналізація, методологічні проблеми, критерії, соціологічний аналіз.

В статье отображен концептуально-програмный аспект исследования предпринимательства как фактора структурных трансформаций относительно его построения и развития, а также обозначен поиск конструктивных подходов формирования теоретико-методологических принципов исследования и анализ проблем теоретико-методологического характера.

Ключевые слова: предпринимательство, трансформационные процессы, социальная эффективность предпринимательства, институционализация, методологические проблемы, критерии, социологический анализ.

In the article the conceptually-programmatic aspect of research of enterprise is represented as a factor of structural transformations in relation to his construction and development, and also a search is marked search of structural approaches of forming of theoretical-methodological principles of research and analysis of problems of theoretical-methodological character.

Keywords: enterprise, processes of transformations, social efficiency of enterprise, institutionalization, methodological problems, criteria, sociological analysis.

Актуальність дослідження. Стан сучасного українського суспільства сьогодні зумовлює врахування трансформаційних процесів при дослідженні будь-якого різновиду соціально-значущої діяльності. Одним з головних і найскладніших предметів теоретичної рефлексії завжди була і залишається проблематика *соціальних феноменів* та *соціальних процесів*, що спонукала представників суспільних наук спробувати сформулювати найбільш істотні результати її теоретичного осмислення. Поява нових соціальних феноменів, більшість з яких кардинально змінюють соціальну дійсність, потребує як предметного змістовного теоретизування, так і пошуку відповідних концептуальних засад її осмислення, як

фундаменту формування теоретико-методологічних підходів щодо аналізу, пояснення та інтерпретації останніх, з вирішенням завдань практично-прикладного характеру. Світові процеси загалом, і зокрема процеси радикальної трансформації пострадянського суспільства особливо вимагають від соціології як мінімум сценарного аналізу різних ймовірних шляхів їхнього розвитку, що, у свою чергу, закономірно породжує потреби в нових інтерпретаційних модулях, теоріях та практичних діях. У контексті нашого предметного поля знаходиться і явище *підприємництва* з усіма соціальними аспектами його становлення та еволюційного розвитку.

Підприємництво як чинник сучасних суспільних трансформацій потребує всебічного комплексного осмислення у контексті соціології як універсальної науки про суспільство. При цьому стоїть питання про подальше соціологічне узагальнення соціального сенсу явища „підприємництво”, розширення та поглиблення знання щодо соціального аспекту підприємництва у системному соціологічному викладі, комплексного соціологічного бачення природи цього явища за сучасних умов з означенням його як ключового чинника соціоекономічного зростання, найважливішого компонента соціально-економічних відносин багатьох типів суспільств а особливо сучасного його рівня розвитку – загалом як чинника суспільних трансформацій. Незважаючи на наявність широкого спектру проблем при розгляді підприємництва, особливості цього феномена, в тому числі і в реаліях українського соціуму залишаються недостатньо досліджуваними, а соціальний його аспект в комплексному соціологічному викладі практично не розроблений. Незважаючи на зростання наукового та практичного інтересу до підприємництва, проблема розгляду його сутнісних та неекономічних соціальних особливостей ще не повністю вивчена й вирішена як у вітчизняній, так і в зарубіжній науці. Актуальним питанням при цьому є виявлення спільних та специфічних рис українського підприємництва, які обумовлені як соціально-економічною кризою, так і національною соціокультурною специфікою.

Суттєвою проблемою сучасного українського суспільства є кореляція економічної та соціальної ефективності підприємницької діяльності. Перед дослідниками постає питання, що має вагому актуальність не лише у науковому світі, але і в масовій свідомості: чому на тлі небувалого розмаху формуючої підприємницької активності в Україні, настільки різко погіршилася якість життя для більшості її громадян, знизилися макроекономічні показники? При широкому розмаху підприємницької діяльності в суспільстві так і не відбулася її остаточна інституціоналізація. Все це обумовлює необхідність наукового дослідження даного феномену. У цьому контексті розкривається і **мета** даної роботи: означення концептуальних орієнтирів та теоретико-методологічних засад соціологічного дослідження підприємництва, формування критеріїв ідентифікації підприємницьких груп і прошарків соціально-стратифікаційної системи сучасного трансформаційного українського соціуму.

Сучасне українське підприємництво — це підсистема, що ще не вивчена. Тому, надання повної широкомасштабної соціологічної оцінки підприємництву – завдання досить складне і вкрай релятивістське. Його соціологічною оцінкою певною мірою і пронизане наше дослідження, що загалом і виводить нас на вияв ролі та функцій підприємництва як чинника трансформаційних процесів [1].

Весь період життєдіяльності українського суспільства у 90-і роки ХХ століття можна охарактеризувати як входження в епоху підприємництва. Підприємництво як спосіб досягнення цілей в реформуванні суспільних стосунків пронизує всі напрями перетворень, що відбуваються, виступає об'єктивним двигуном усіх нововведень в економіці, політиці, соціальній сфері. Як форма прояву суспільних стосунків, воно сприяє підвищенню матеріального та духовного потенціалу суспільства, створює сприятливий ґрунт для практичної реалізації здібностей і талантів кожного індивіда, що в кінцевому результаті формує громадянське суспільство.

Функціонуючи в умовах системної соціальної трансформації, підприємництво в Україні є принципово новим, надскладним, системним об'єктом в полі економічних і соціологічних досліджень. Можна сказати, що підприємництво знаходиться в самому центрі кола проблем, пов'язаних із здійсненням заявлених українським урядом економічних реформ.

Особливістю розвитку вітчизняного підприємництва є та обставина, що при широкому розмаху підприємницької діяльності в суспільстві так і не відбулася її остаточна інституціалізація. Традиції, правила, нормативи, моральні установки економічної поведінки підприємців ще тільки формуються і не становлять струнку систему, інтегровану в соціально-економічну сферу. Незавершеність процесів інституціалізації підприємництва, невідомість (незаданість) напряду соціетальної трансформації українського суспільства визначають складність виявлення механізмів інтеграції підприємництва в український соціум та необхідність дослідження ефективності цієї інтеграції. Визначення механізмів взаємозв'язку соціальної і економічної ефективності підприємництва в трансформуючому українському соціумі має велике значення при вирішенні прикладних завдань державного регулювання соціально-економічних процесів, оптимізації управління господарськими організаціями [2].

Необхідно враховувати, що проблеми легітимації підприємництва в Україні нерозривно пов'язані з процесами соціальної диференціації та інституціоналізації морально-етичних принципів. Ядром даних проблем є етична легітимація (або, певною мірою соціалізація) підприємницької активності на рівні всього суспільства.

Подібного роду аналіз є особливо значущим при нестійких, кризових, «розколених» станах соціуму, при недостатній «структурності» економіки, відсутності чітко оформлених соціально-економічних інститутів, що повністю склалися. Українське суспільство, як типове пострадянське, що не пройшло до кінця шлях трансформації адміністративно-планової економіки, не має домінуючих, високорозвинених ринкових відносин у сфері господарства. Тому і зростають роль та значення методів соціології, що дають можливість досліджувати не лише системні стосунки високодиференційованих структур, але й несистемні, «тіньові», конгломератні або хаотичні соціально-економічні взаємини суспільств, що трансформуються.

Стан українського суспільства сьогодні передбачає врахування трансформаційних процесів при дослідженні будь-якого різновиду соціально-значущої діяльності. При дослідженні проблем соціальної ефективності підприємництва необхідне виділення основних елементів, процесів, структур та інститутів соціуму, котрі прямо чи опосередковано взаємодіють з системами підприємницької діяльності. Так, неефективна у «ринковому» плані діяльність може закріплюватися та інституціоналізуватися, якщо вона сприяє підтримці соціального ладу у сфері господарства, відповідає суспільно-політичним цілям перетворень. При цьому міркування економічної (ринкової) ефективності визнаються вторинними по відношенню до стратегії соціального виживання, що відображається у «неформальному» секторі, «само зайнятості» [3; 4].

Розгляд підприємництва в українському суспільстві що трансформується, передбачає вирішення питань про суть та напрям цієї трансформації. Аналіз вітчизняних та західних публікацій, присвячених даній проблемі, дозволяє виділити основні концепції трансформації: суспільство «перехідної економіки», транзитивне суспільство, суспільство «рецидивуючої модернізації», «розколоне суспільство», суспільство «роздавальної економіки». Більшість з них підкреслює «незавершеність», «рецидивуючий характер» модернізації на пострадянському просторі, зокрема в Україні, стан «розколу» між двома суперцивілізаціями (ліберальною і традиційною), істотне зростання небезпек (ризиків), на які повинне «відповісти» суспільство. Зрештою, ефективність будь-якого виду людської діяльності, визначається адекватністю соціальної «відповіді», зростанням здібностей суспільства протистояти небезпечним чинникам та забезпечувати зростання соціальних систем.

Масову появу і розвиток «загадкового українського підприємництва» актуалізує теоретичний аспект проблеми: у чому полягають основні критерії підприємництва, в чому полягає сенс та суть цієї діяльності? Діяльність підприємця в ринковій економіці не може повністю збігатися з еталоном. Тому, не можна пояснювати його діяльність в економіці «розколу», у товаристві трансформації адміністративно-планової системи.

Глибока соціальна та економічна криза ускладнює виділення макроекономічних або макросоціальних компонентів, моделювання процесів, визначення законів розвитку, а також

їх науковий аналіз. Вивчення соціальних та економічних процесів представляється більш можливим на особистісному рівні й мікрогруповому, тобто саме на веберівських рівнях соціальної дії та соціальних стосунків. У даному контексті варто враховувати, що питання про рушійні сили експансії сучасного капіталізму не зводяться до питання пошуку джерела використання капіталістом грошових ресурсів. Це, насамперед, питання про розвиток капіталістичного духу. Там, де він виникає і надає свою дію, він здобуває необхідні йому грошові ресурси, але не навпаки.

Головним блоком у цій аналітичній площині є опис ролі та функцій підприємництва в соціально-економічній системі. Порушення цього питання є особливо важливим при аналізі перехідних суспільств, де радикально трансформується соціальна структура, зокрема для України та країн пострадянського простору. Беручи до уваги головні аспекти ролі та значення підприємництва в суспільному розвитку, варто окреслити систему його функцій (з подальшою їх операціоналізацією), які конституювалися впродовж соціально-економічного розвитку суспільства.

Соціальна роль і цінність підприємництва в Україні вельми неоднозначні. Якщо на початку 90-х років минулого сторіччя мала місце ідеалізація підприємництва як «рятівника» вітчизняної економіки, то, після наступні десять років, масова свідомість почала бачити в ньому причину багаточисельних лих і втрат, що осягнули українське соціумство [5]. Тому визначити специфіку сучасного українського підприємництва досить складно не лише через недостатню розробленість теорії підприємництва, але й з причини складного, національно-специфічного, суспільно-історичного шляху українського суспільства.

Сучасні дослідження підприємництва в основному не виходять за межі емпіричних, дескриптивних проектів. Як і раніше, основне завдання соціолога полягає в пошуку ідентифікаторів нового соціального феномену, дослідженні та вимірі його відповідних стандартних (соціально-демографічних, гендерних тощо) параметрів. Все ще досить туманним представляється й сам суб'єкт підприємницької діяльності: його пошуки і типологізація є головною проблемою дослідників даної сфери [5].

Вдаючись до більш конкретизуючих аспектів, сучасне соціологічне розуміння змісту підприємництва дозволяє розводити його на такі відповідні змістовні базові сегменти, як: *соціальне явище*, котре характерне для усіх типів сучасних суспільних систем і структурно-функціональні характеристики якого відображають суспільні споживи та процеси відтворення і розвитку ресурсних засідок суспільної життєдіяльності; *особлива соціокультурна діяльність*, що базується на засвоєних професійних знаннях, навичках та вміннях; *специфічна модель трудової поведінки*, що відтворюється на засадах нормативної регуляції, самоорганізації та самодіяльної активності індивідуальних та колективних суб'єктів [6].

Дослідження цієї систем-проблематики на мікро-, мезо- та макрорівнях соціологічного аналізу є досить не простим завданням, до того ж ускладнюється концептуальною кризою світоглядного характеру, котра наочно виявляється на глобальному (інтерсоцієтальному) рівні системи соціологічного знання. Концептуальні дихотомії сучасних соціологічних теорій „глобальної модернізації” та „глобальної залежності” не дають змоги однозначно визначити смислові критерії та цивілізаційні траєкторії глобального суспільного розвитку, а також і конкретні обставини включення у ці траєкторії принципово нового соціального суб'єкта підприємницької активності – транснаціональних корпорацій та транснаціонального капіталістичного класу [6].

У контексті загального проекту ми досліджуємо соціальну роль та ефективність підприємництва, шукаючи відповіді на питання: що є сучасним українським соціумом, яке спрямування трансформаційного процесу; у чому суть і відмінні особливості підприємництва в Україні; як взаємопов'язані підприємницька поведінка і хід українських реформ? Знову ж таки постає питання, стосовно некореляційності розмаху підприємницької активності в Україні рівню якості життя громадян. Чи є вітчизняний підприємець суб'єктом (актором) суспільної трансформації або ж він діє в рамках, що задаються йому суспільством? Співвідношення економічної і соціальної ефективності підприємництва?

Узагальнюючи дані питання, можна виділити наступні два основні напрями: 2) що є сучасним українським (пострадянським) соціумом, за допомогою яких соціальних процесів, структур або інститутів підприємство набуває соціальної значущості? 1) у чому суть та основні ідентифікаційні критерії підприємництва в українському суспільстві, що трансформується. Тому початковим видається здійснення базової аргументації щодо ролі підприємництва у суспільному розвитку, з означенням його як ключового чинника соціоекономічного зростання, найважливішого компонента соціально-економічних відносин багатьох типів суспільств (і особливо сучасного його рівня розвитку).

Вочевидь, що підприємство як елемент економічної підсистеми суспільства неможливо досліджувати без ретельного аналізу особливостей економічних перетворень: реструктуризації підприємств, проведення приватизації, лібералізації цін, створення нових ринкових структур, формування відповідної економічної інфраструктури. Проте маловивченими залишаються теоретико-методологічні аспекти дослідження підприємства в Україні та ідентифікаційні критерії підприємницької діяльності, що дозволяють провести чіткі межі, при окресленні даного феномена. Багато досліджень залишають проблему ідентифікації за рамками своїх наукових досліджень, розглядаючи за суб'єкт підприємства практично будь-якого господарюючого елемента, що здійснює свою діяльність в рамках ринкової економіки. При цьому підприємець не має ідентифікаційних особливостей у порівнянні з власником засобів виробництва, керівником або інженером-інноватором, що впроваджує нові технології в промислове виробництво.

Формуючи теоретико-методологічні засади дослідження та соціологічної оцінки підприємницького феномена у суспільному розвитку, потрібно враховувати, що воно, як соціально-обумовлене соціально-економічне явище, є складним феноменом, дослідження якого найплідніше відбувається на стику декількох гуманітарних наук. Воно вивчається в рамках економічної теорії, соціології, а також пов'язаних з нею дисциплін: теорії організацій, економічної соціології, соціології управління, наукового менеджменту, права. Це, у свою чергу, дає можливість виділити кілька векторів, за якими можна вибудовувати дослідницькі напрями: 1) аналіз соціально-політичного аспекту підприємництва, місця й ролі підприємців в соціально-політичній системі; 2) аналіз соціетального (системного) аспекту підприємства як елемента соціально-економічної системи; 3) аналіз соціокультурного аспекту як процесу взаємодії господарських суб'єктів з неекономічними чинниками суспільної динаміки; 4) аналіз «феномена підприємництва в руслі концептуальної схеми соціальної ринкової економіки»; 5) аналіз ризикової діяльності як основи підприємницького процесу; 6) аналіз організаційних й управлінських аспектів підприємства, формування уявлень про підприємницьку організацію та підприємницьку поведінку бізнес-керівника.

Серед пошуків теоретико-засадничого характеру у дослідженні соціальної ролі та ефективності підприємства в сучасних структурних трансформаціях українського суспільства, за класичним спрямуванням побудови предметного аналізу, на нашу думку, доречно виділити такі основні дослідницькі напрями: як: 1) етнокультурний; 2) соціально-економічний; 3) соціально-політичний; 4) правовий. У кожній з цих сфер виділяються такі рівні досліджень як 1) особистісний; 2) груповий (корпоративний); 3) інституційний. Таким чином, підприємство як надскладний системний об'єкт наукового аналізу може розглядатися за сферами та рівнями, виділяючи міждисциплінарні поля і проблемні «вузли». Отже, можна говорити про формування своєрідної «матриці» дослідження [7].

Одна з основних методологічних проблем досліджень підприємства як різновиду соціальної дії полягає в трактуванні раціональності та пошуку її первинного елемента в індивідуумі або соціальній спільноті. В соціології дослідження підприємства знаходять найбільш чітке і послідовне віддзеркалення у контексті припущення про раціональність вибору, вільного доступу до інформації, повної свободи економічних суб'єктів, що дає можливість позитивного, нормативного і функціонального його аналізу. В межах прикладних досліджень, соціологія також аналізує приналежність підприємців до певних соціальних груп, страт, соціальних спільнот. У цьому контексті, вона виступає не просто спеціальною дисципліною «стикового» характеру, а є якісно іншим, інтеграційним підходом до оцінки, що

відбувається, маючи в своєму розпорядженні відповідні методи і категорії аналізу, спираючись на соціально-філософські концепції, що відображають онтологічну суть соціуму. Можливість використання як класичної, так і некласичної методології, а також немало відповідних соціологічних концепцій, і перш за все структурно-діяльнісної, істотно розширює можливості наукового пошуку, дозволяє виявити нові ідентифікаційні критерії досліджуваного предмету, дати нові інтерпретації, освоїти нові сенси.

Враховуючи вище викладені аргументи у пошуку ідентифікаційних критеріїв підприємницької діяльності, ми виходитимемо з трьох основних передумов: 1) суб'єкт підприємницької діяльності відмінний від суб'єкта господарювання (є традиційний і підприємницький суб'єкт економічних стосунків); 2) суб'єкт підприємницької діяльності є актором соціетальної трансформації українського суспільства; 3) відмінні особливості підприємця як особливого суб'єкта господарських стосунків й актора трансформації розкриваються в соціальних функціях результатах підприємницької діяльності.

Значення соціальних (мотиваційних) критеріїв підприємницької діяльності для строгої наукової ідентифікації її суб'єкта в трансформаційному суспільстві змінюється. Смісловне наповнення «класичних» критеріїв, таких як економічна самостійність і активність, ризикованість, прагнення до прибутку, вміння зв'язувати ресурси і прагнення до інновацій спотворюється. Тому, вбачається прийнятним відзначити наступні аспекти використання відповідних критеріїв підприємницької діяльності в сучасному українському суспільстві.

Перше. Поняттям «економічна самостійність» і «прагнення до прибутку» надається домінуюче значення, проте дані інваріанти не дозволяють провести розмежування підприємницького і «традиційного» економічних суб'єктів. Друге. «Організаційний» критерій (скріплення ресурсів) в умовах системної соціально-економічної трансформації не дозволяє з достовірністю ідентифікувати підприємця і керівника активами. Третє. Не відбувається врахування того, що поняття «ризик» в сучасному українському соціумі не відповідає аналогічному терміну, вживаному в ринкових суспільствах. Четверте. У зв'язку з високою швидкістю змін зовнішнього середовища, господарська активність та інноваційність організаційних рішень та управлінських схем має бути присутньою у всіх економічних суб'єктах [8; 9]. Таким чином, одним з критеріїв підприємництва в сучасній Україні є виконання ним функції каталізатора принципово нових соціально-економічних взаємодій.

Висновок. Формуючи теоретико-методологічні засади дослідження підприємництва, потрібно враховувати, що воно як соціально-обумовлене явище, є складним соціально-економічним феноменом, котре взаємо корелює з багатьма суспільними чинниками. Тому і стоїть питання про подальше соціологічне узагальнення соціального сенсу явища „підприємництво”, розширення та поглиблення знання щодо соціального аспекту підприємництва у системному соціологічному викладі. Вище викладені теоретико-методологічні положення, загалом як гадається формуватимуть програмний аспект формування соціологічної оцінки підприємництва як чинника структурних трансформацій в сучасному українському соціумі, що, у свою чергу, передбачає вирішення питань про суть і напрям цієї трансформації.

Література:

1. Сірий. Є.В. Соціологічна оцінка підприємництва у суспільно-рольовому контексті / Сірий Є.В. // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління. Зб. наук. Праць Донецького державного університету управління. Т.12. Вип.179. 2011. С.215
2. Національна доповідь Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні. К. – 2009.
3. Шанин Т. Формы хозяйства вне систем / Т.Шанин // Вопросы философии. – 1990. – № 8. – С.45 – 57.
4. Ермакова Н.А., Жеребин В.М. Самозанятость населения: различные подходы к определению и оценке / Н.А.Ермакова, В.М.Жеребин // Вопросы статистики. – 2002. – № 9. – С.16 – 29.
5. Сірий. Є.В, Фареник С.А.. Соціологія підприємництва: крок перший. Науково-навчальний посібник / Сірий Є.В., Фареник С.А / К.: Український центр духовної культури. 2001.

6. *Сірий. Є.В.* Підприємництво як предмет соціологічного теоретизування. Автореф. дис... докт. соціол. наук / Сірий Є.В. / Київ, 2010.– 27 с.
7. *Сірий. Є.В.* Концептуальні орієнтири теоретико-соціологічного осмислення підприємництва /Сірий Є.В. // Вісник Одеського національного університету. 2011. Т.16, вип. 10. С. 371-379.
8. *Сірий. Є.В.* Соціальна роль та ефективність підприємництва в українському суспільстві: теоретичні аспекти дослідження / Сірий Є.В. // Зб. наук. праць Київського національного університету імені Тараса Шевченка: «Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки». К.2011 вип.12. С.78-84.
9. *Сірий. Є.В.* Проблемно-методологічні орієнтири теоретико-соціологічного осмислення підприємництва / Сірий Є.В // Науковий журнал «Соціальні технології: актуальні проблеми теорії і практики». Запоріжжя 2011, Вип.50. С.118-128.

УДК 316.013

Бутковська Н.Ю.

Житомирський державний університет імені Івана Франка, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри філософії

ПОНЯТТЯ “ЕТНІЧНІСТЬ” В СОЦІОЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

В статті піднімається проблема протистояння теоретичних підходів до дослідження феномену етнічного, що існує в сучасних суспільствознавчих науках. Виокремлено наступні підходи до інтерпретації поняття “етнічність” в соціології: форма міжгрупової взаємодії (відносини), індивідуальна та групова ідентичність (етнічна ідентичність), етнічність як культурна якість групи, на основі якої формується спільнота (культурне явище).

Ключові слова: феномен етнічного, етнічність, етнічна група, міжгрупової взаємодія, етнічна ідентичність.

В статье поднимается проблема противостояния теоретических подходов к исследованию феномена этнического, которая существует в современном обществознании. Определены следующие подходы к интерпретации понятия “этничность” в социологии: форма межгруппового взаимодействия (отношения), групповая идентичность (этническая идентичность), культурное качество группы, на основании которого формируется общность (культурное явление).

Ключевые слова: феномен этнического, этничность, этническая группа, междугрупповое взаимодействие, этническая идентичность

The paper deals with the problem of cognitive contradictions among the theoretical approaches to the investigation of the «ethnic» phenomena and the concept «ethnicity» in sociology.

Key words: ethnic phenomena, ethnicity, ethnic group, intergroup interaction, ethnic identity.

Зміни характеру соціальних відносин та повсякденного життя людей в умовах зростання соціального та культурного різноманіття сучасних суспільств **актуалізують** проблему міжкультурної взаємодії, зокрема етнічної. Успішне її вирішення великою мірою залежить від етнічного самовизначення на індивідуальному рівні. Етнічна ідентичність в сучасних суспільствах не є чимось незмінним та несуперечливим. Знаходячись під впливом соціальних змін, вона все частіше розглядається як ситуативна та конструйована. Етнічність виступає детермінантою багатьох соціальних конфліктів та є засобом маніпуляції в етнополітичних ситуаціях. Не дивно, що дане поняття знаходиться в центрі наукової рефлексії не лише етнологічної науки, а й таких суспільних дисциплін як соціальна філософія, соціальна психологія, політологія, культурологія тощо. Соціологія не є