

Соціальні комунікації (дисципліна за вибором)

Програма і конспект лекцій

Тема 1. Труднощі комунікації як соціальна та особиста проблема

1. Бар'єри комунікації та способи вирішення непорозумінь.
2. Соціологічні принципи позитивізму та об'єктивності. Операціоналізація понять.
3. Кількісні та якісні методи збору інформації.
4. Вибірка та її види. Складання анкети: об'єктивність питань і апелювання до уяви.

Тема 2. Мета і результати розвитку зв'язків із громадськістю. Типи особистості

1. Розвиток зв'язків із громадськістю. Класифікація та діагностика опитуваних.
2. Види виховання. Соціалізація та види ідентифікації.
3. Особистість як ієрархія цінностей. Типи особистості.
4. Види групових та міжгрупових комунікацій.
5. Причини та функції соціальних девіацій (адикції, злочинність, соціальний паразитизм).

Тема 3. Якісні методи соціологічних досліджень. Системність

1. Методи проведення фокус-груп та інтерв'ю.
2. Напрямки застосування та технологія проведення контент-аналізу та експерименту.
3. Каузальні пояснення. Причини та чинники. Функціональні пояснення.
4. Системність: функціональність соціальних відхилень та закономірність їх відтворення системою.

Тема 4. Стратифікація суспільства та соціальні проблеми

1. Стратифікація суспільства та її види.
2. Модернізація суспільства та його види.
3. Соціальна аномія та депривація.
4. Проблема бідності та безробіття в науці і в масовій свідомості.

Тема 1. Труднощі комунікації як соціальна та особиста проблема

1. Бар'єри комунікації та способи вирішення непорозумінь.
2. Соціологічні принципи позитивізму та об'єктивності. Операціоналізація понять.
3. Кількісні та якісні методи збору інформації.
4. Вибірка та її види. Складання анкети: об'єктивність питань і апелювання до уяви.

1. Бар'єри комунікації бувають декількох типів: індивідуальні **бар'єри розуміння** (фонетичні, семантичні, стилістичні, бар'єри здібностей, в т.ч. бар'єр функціональної неграмотності, що виявляється у перевантаженні реципієнта інформацією через невміння її аналізувати й систематизувати), **бар'єри соціально-культурного розходження** (статусно-рольові та ментально-дискурсивні відмінності, відмінність інтересів, переконань та картини світу) і **бар'єри відносин** (вертикальних, односторонньої комунікації, бар'єри уникнення, в т.ч. недовіри, невідповідності емоційного стану та стану уваги). Діяльність по розвитку зв'язків із громадськістю передбачає долання, насамперед, бар'єрів соціально-культурного розходження, - тих, що інакше називаються **упередженнями**.

Упередження – це соціальні чи групові традиції негативного сприйняття людей та явищ, які є логічною помилкою поспішного узагальнення, що породжується психологічним прагненням економити розумові зусилля, необхідні для самостійного оцінювання, і що породжує неефективність взаємодії людей та їх дискримінаційну і деструктивну поведінку. Упередження є проявом інтелектуальної лінії людей, незвиклих до розумової праці, а тому й не вмотивованих цікавістю до всього незвичного; вони працюють лише під примусом і не вникають у суть оцінюваної людини чи явища, але сприймають їх мозаїчно і тому збирають єдиний образ об'єкту на основі прихованих від себе хибних припущень, у відриві від внутрішнього чи зовнішнього контексту подій¹. Зазначимо, що **упередження** – це не індивідуальна вигадка, а масове, соціальне явище, поширеність якого у суспільстві буває різним: мінімальним у інтелектуальній еліті і соціальних аутсайдерів-девіантів, - змушених виживати без допомоги оточення, - та порівняно високим у решти (міра його проявів у суспільстві визначається за т.зв. «Шкалою Олпорта»²). Ця масова традиція нав'язується кожній особі, що нездатна протистояти груповому тиску, і вбудовується у її підсвідомість у вигляді неприродних для неї, але фанатично захищуваних вторинних цінностей (про них див. тему 2 цього посібника).

Бувають такі **види упереджень**³:

1. **Фундаментальна помилка атрибуції** – це схильність пояснювати поведінку *інших їх особистими якостями* (аж до пояснення всього їх давніми підступними задумками), а *власну пояснювати ситуаційними чинниками* (і крайня форма цього пояснення передбачає, що від суб'єкта взагалі нічого не залежить)⁴.
2. **Генералізація недоліків** – надмірне узагальнення негативної оцінки *групи за діями одного її члена чи окремої людини – за одним її вчинком*⁵.

¹ <http://mirbudushego.ru/prsm/omem2.htm>

² http://uk.wikipedia.org/wiki/Шкала_Олпорта

³ http://uk.wikipedia.org/wiki/Перелік_когнітивних_упереджень ; Див. зразки упереджень: 10 примірок вати в голові или признаки примитивного сознания // <http://www.informdetox.com/?p=1120> ; 7 ошибок, которые ежедневно совершает наш мозг // <http://www.factroom.ru/science/7-mistakes-your-brain-makes-every-day>

⁴ <http://uchebniks.net/book/189-socialna-psixologiya-navchalnij-posibnik-moskalenko-vv/30-glava-20-kauzalna-atribuciya.html>

⁵ Сверхобобщение. 8 паттернов негативного мышления // http://psymanblog.ru/2011/07/sverhobobshenie_8_patternov/

3. **Стереотипізація** – негативна, здебільшого, оцінка окремої людини на основі існуючого у суспільстві шаблонного уявлення про недоліки всіх членів її соціальної групи, наприклад, гендерної або етнічної⁶.

4. **Односторонність суджень** (в психології називається упередженням «нерівних можливостей») – ігнорування особливостей, обумовлених *рольовою позицією*, і зокрема уявлення про свою поведінку як про типову, а про відмінну від неї – як про ненормальну⁷.

5. **Підтверджувальне упередження** – це схильність *тенденційно відбирати та пояснювати інформацію*, щоби вона підтверджувала готові власні оцінки⁸ та прагнення⁹ (зокрема прийняття бажаного за дійсне, схильність погодитись із позитивними твердженнями про себе, хоча вони явно необґрунтовані й розпливчасті¹⁰, або «сліпота» до альтернативних пояснень і рішень у ситуації, коли людина вже має установку на якийсь пояснення або рішення¹¹).

6. **Приписування раціональності** – прагнення шукати і знаходити раціональні, логічні тлумачення будь-яких подій, тобто *приписувати розумність та справедливість світу*, який є принципово, систематично нераціональним¹² і швидкозмінним (в якому істина – це процес, а не якась стала форма); виявляється, зокрема, у неусвідомленому *приписуванні усім людським відносинам* особисто вигаданих або вузькогрупових *правил* (замість пізнання існуючих закономірностей та «правил гри»), яке породжує *надмірні очікування від поведінки інших* (схильна до образ упевненість, що «вони повинні»), а ще виявляється в оцінці себе за взірцем, що відповідає кращим очікуванням оточення, але не своїй природі, і що породжує *надмірну критичність до своїх результатів* (і зрештою – зниження самооцінки).

7. **Драматизація реальності** – схильність до *переоцінки трагічності або загрозливості подій*, наслідком чого є тривожно-захисне¹³ й параноїдальне мислення (всі – або «вороги», або – «підозрілі» й «ненадійні», а все – або «жахливе», або лише «терпиме», що характерно для сучасних антиутопій)¹⁴.

8. **Мислення «пустими абстракціями»**¹⁵ (автоматичне, або обумовлене мислення¹⁶) – *звичка пояснювати* будь-які події обмеженим набором *спрощених* і тому – універсальних *ідей*, втілених у штучно, безпідставно узагальнені *назви-ярлики*¹⁷ (крайня форма – полярне мислення: «Хто не з нами, той проти нас», і радикалізм: або «все чудово», або «все погано»), а також схильність до *хибних кореляцій*, тобто інтерпретативного поєднання випадкових особистісних рис як органічно нерозривних («всі похмурі люди – злі»).

Втім, спробувати напряму переконати людей у неправильності їх упереджень, то марна справа. Люди не розуміють одне одного не через логічні помилки, а через певні особисті вигоди, які слід враховувати, щоби досягти порозуміння. Найпершою вигодою є можливість працювати менше: не задумуватися про дії інших (адже знаючи їх справжні мотиви, прийдеться замислитися і про свої, у чого є лише два прикриті виходи: знизити самооцінку або намагатися щось виправити). Тому простіше навішати «ярлики» на людей, назвати їх «уродами» і перестати задумуватися про їх мотиви. Отже, *першим чинником непорозуміння є інтелектуальна та душевна лінь*, яка підштовхує людей до некресивих вчинків і яку не вийде перемогти присоромленням, адже люди навчилися виправдовувати будь-які гріхи «загальною думкою».

Зробивши непорядний вчинок, слабка людина підсвідомо схиляється до самовиправдання, логічна необґрунтованість якого компенсується моральною підтримкою цих виправдань у колі «своїх», які з часом виробляють своєрідну міфологію (т.зв. *групову ідеологію*), що «аргументує» удавану справедливість і навіть необхідність подібних вчинків. Викрити таку міфологію фактами чи логікою неможливо, бо її носії в глибині душі знають, що неправі і від усвідомлення цього якраз і ховаються за подібними вигадками, а коли вже знаходять їм численне схвалення, то переконують себе, що вони безгрішні і що роблять це заради вищих цілей, а їх внутрішні сумніви – то, мовляв, підступи облудних ворогів. У легшій своїй формі дане явище називається *«інгруповим фаворитизмом»*¹⁸, а у тяжчій – *фанатизмом*, який, відповідно, може бути не лише релігійним, але й політичним, національним, спортивним тощо, - виходячи з того, якими ідеями та пристрастями виправдовують люди свої непорядні вчинки¹⁹. Відтак, якщо пересічний студент чує скарги іншого на те, що його «завалив» викладач, він вірить априорі, і тому не стидається обманювати викладача. Але вірить він, як бачимо, в те, у що йому хочеться вірити, - бо легше не готуватися і скористатися «шпорою», аніж самому примусити себе працювати. І чим гірше він діє, тим легше йому повірити у підлість, жорстокість та корисливість викладачів, - тобто в те, що вони набагато гірші за нього (хоча насправді це не може облітати дії студента). Тож *другим чинником непорозуміння є самовиправдання «загальною думкою»* (груповою ідеологією).

А *третім чинником непорозуміння є принципова нелогічність людського мислення*, в якому висновки робляться не за законами індукції або дедукції, але шляхом поспішних узагальнень (що також називається абдукцією²⁰) або порушень правила *«після того – не значить внаслідок того»* та інших логічних помилок²¹. Це відбувається тому, що логічне мислення вимагає більших зусиль, аніж інтуїтивне, і люди переважно використовують більш «економний» спосіб мислення, що дає вигоди і в швидкості, і в легкості. Логіку ж люди використовують лише для пошуку самовиправдань (те, що в психології називається «раціоналізацією»²²), і саме тому не варто доводити неправоту їх виправдань логікою: вона не впливає на їх переконання, а лише підшукує їм докази.

⁶ Значення стереотипізації // <http://vuzlib.com/content/view/507/>

⁷ <http://uchebniks.net/book/213-socialna-psixologiya-navchalnij-posibnik-moskalenko-vv/28-glava-19-perceptivna-storona-spilkuvannya.html>

⁸ Емоціонально-оценочная матрица // <http://mirbudushego.ru/prsm/omem.htm>

⁹ http://uk.wikipedia.org/wiki/Підтверджувальне_упередження

¹⁰ http://uk.wikipedia.org/wiki/Принцип_Поліанни

¹¹ Це т.зв. «ефект Лачінса». Див.: http://психомпас.рф/статьи/Эксперимент_Лачинса_с_сосудами/; Нижарадзе Г.А. О двух типах ригидности при решении интеллектуальных задач // <http://www.voppsy.ru/issues/1987/873/873142.htm>

¹² Нераціональные основания рациональности // <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4491/4492>; «Ошибка игрока», или Почему нельзя полагаться на интуицию // <http://www.factroom.ru/science/gamblers-fallacy>

¹³ 8 паттернов ограниченного мышления // <http://psymanblog.ru/2011/07/8-patternov-ogranichenogo-myshleniya/>

¹⁴ Ошибки мышления // <http://www.sensecenter.com.ua/lecturenarco/127-lectnarco16>

¹⁵ Гегель Г.В.Ф. Кто мыслит абстрактно? (<http://caute.ru/iljenkov/tra/denkabc.html>)

¹⁶ http://www.telenir.net/psihologija/putevoditel_dlja_idushego_k_sebe/p5.php

¹⁷ Навешивание ярлыков. Натянутые аналогии // <http://mirbudushego.ru/prsm/omem.htm>

¹⁸ Механизмы межгруппового восприятия // <http://biofile.ru/psy/11431.html>

¹⁹ Пастухов В. Синдром отключенного сознания //

http://www.bbc.co.uk/russian/blogs/2014/12/141208_blog_pastoukhov_syndrome_unplugged_consciousness

²⁰ Абдукция // <http://iph.ras.ru/page54852159.htm>

²¹ https://uk.wikipedia.org/wiki/Логічна_хиба

²² Раціоналізація // <http://lektsiopedia.org/ukr/lek-8293.html>

Отже, треба засвоїти **«принцип позалогічності переконування»** – тобто *необхідність діяти в обхід логіки* для досягнення порозуміння, - як для того, щоби не зачіпати звичні самовиправдання людей, так і тому, що логіка їх не переконує, а лише переводить розмову на рейки формально-бездушних, відсторонених взаємовідносин. А для того, щоби змінити думки людей (їх переконання, смаки, преференції), необхідно встановити з ними *емоційний контакт*, тобто перейти на рейки емоційно-щирих, довірливих взаємовідносин. І головне правило тут – бути щирим самому, вірити в те, що говориш, і притому вірити не в якісь надумані ідеї, як це роблять при самовиправданні, а вірити насправді, інтуїтивно. Інтуїтивне мислення, як ми сказали, це не вада, а скоріше перевага, завдяки якій людина завжди відчуває, коли вона говорить правду, а коли намагається обманути себе та інших. Саме для того, щоби заглушити цей голос сумління, людям і потрібне схвалення їх виправдань іншими. Але якщо власній брехні вони ще можуть на якийсь час повірити, то чужій, - тим більше у нинішніх недовірливих настроях, - вряд чи.

Власне, **завдяки цій здатності відчувати правду люди і знаходять між собою порозуміння**, хоча нібито цьому результату заважають і різноманітні бар'єри комунікації, і захисні самовиправдовування, підтримані груповою міфологією, і нездатність до правильного, логічного мислення. Тож не слід надто покладатися на красиві слова та ефектні рекламні трюки, із якими люди миряться в торгівлі, але відразу насторожуються, коли з їх допомогою хтось (політик або організація) намагається втертися в довіру, прикинутися «своїм», співчутливим і щирим, - адже в цьому випадку вони відчувають, що цей «хтось» вторгається до них в душу, у сферу емоційного контакту, куди пускають лише близьких. Ось чому журналісту насамперед треба переконати у своїх словах самого себе, а тоді вже братися за інших. І в цьому йому теж потрібна не логіка, не аргументи і навіть не факти, а їх смисл, - тобто те, що найбільше й цікавить людей в кожній почутій ними інформації.

Отже, якщо перше, що повинен зрозуміти хороший комунікатор, стосувалося засобів його діяльності (дії в обхід логіки), то друге, що йому слід збагнути, це те, якого результату він має досягти: *знайти найкращий для даної аудиторії сенс діяльності* тої організації або людини, комунікаційним просуванням якої він займається. Людей ніколи не цікавить уся інформація або навіть її головна суть, - їх цікавить лише те, що може їх якось зачіпати, позитивно або негативно. Саме тому вони і сприймають інформацію мозаїчно, і чим менше вбачають у ній подібного сенсу для себе (користі, загрози, радості), тим фрагментарнішим стає це сприйняття. Проте насправді, при достатній креативності і мудрості сенс можна знайти в будь-чому. Як кажуть, взагалі у життя є лише той смисл, який ми в нього вкладаємо²³. Цей позитивний (корисний чи радісний) сенс діяльності суб'єкта журналіст і повинен вдумливо відшукати, збагнути й пояснити кожній своїй аудиторії, - причому кожній знайти той сенс, який їй буде ближчий, але водночас той, що розкриває якусь справжню рису суб'єкта, а не вигадану.

Назвемо це **«принципом неприкрашальності»**: будь-який суб'єкт має бодай якийсь сенс для кожного об'єкту, а значить, його не треба прикрашати, а треба розібратись у його діяльності та її спільних вигодах (хоча це і важче, аніж скласти улесливу вигадку). І ця чесність (неприкрашальність) не тільки буде породжувати мимовільну довіру, але й зробить її більш тривкою, а тому комунікатору (на відміну від рекламників) не варто приховувати «гірку правду», - зізнання додають суб'єкту стільки привабливості у мас за його щирість, скільки не доб'єшся найблискупішою вигадкою. А значить для суб'єкта не буває програтих подій і ситуацій: якщо визнати провал і свою провину в ньому та зосередитись на якомусь похвальному моменті у цій історії, а також – на щирих, продуманих планах по зміні непохвальних, то підтримка мас вам гарантована (згадаймо, хоча б, як американці, описуючи теракт проти вей-близнюків ВТЦ, робили наголос на героїзмі пожежників та взаємовиручці учасників, а не на промахах ЦРУ²⁴). Натомість бажання нав'язати щось людям шляхом «лакування» дійсності й прямого обману – це прояв примітивної хитрості, яка є наслідком небажання думати і характерна для осіб із низьким інтелектом²⁵.

Проблема якраз у тім, що хоча цей сенс можна знайти, але в Україні його впритул не бачать у дія іншої сторони ані керівники, ані їх підлеглі. Навіть навпаки, підлеглі вірять, що керівники (а особливо – найвищі) роблять усе виключно для себе і тим самим шкодять «простим людям». Хоча постійно і всюди це так робити неможливо: дбати лише про свої, егоїстичні або вузькогрупові інтереси – це найгірше і в теорії²⁶, і на практиці тактика, що швидко закінчується крахом (згадаймо, хоча б, попереднього президента України). Але ще гірше те, що цей дивний і помилковий погляд поділяють і самі керівники: загальна переконаність у корисливості «верхів» підштовхує їх думати, що інакше і бути не може, а тому це відлякує від політики усіх ідейних і щирих людей, а приманює – жадібних. Втім, схожа ситуація і на нижчих щаблях. Студенти, як ми казали, впевнені, що викладачі керуються або свого роду «садизмом» (бажанням помучити студентів), або жадібністю. Однак дослідження показують: коли у студентів питають, як багато викладачів беруть хабарі, вони кажуть, що майже всі; зате коли їх питають, чи самі ви колись із цим стикались, то більшість із них (в анонімній анкеті, а отже щиро) заперечує. Із відповідей на перше питання виходить, що випадків корупції багато, а з відповідей на друге – що мало!

Висновок: про корупцію більше говорять (в тому числі і недобросовісні політики-популісти, і журналісти, що ганяються за «смаженим» і не цікавляться реальним станом справ, і рознощики чуток, і підлеглі, що виправдовують службові невдачі, і т.п.), аніж вона є. Та інакше і бути не могло: будь-яка система сама себе відновлює, а значить не можна від неї лише відщипувати по шматочку і нічого для неї не робити (а саме це передбачає уявлення про загальну корупцію і крадійство); а відтак, коли корупціонерів стає надто багато (і це загрожує її існуванню), система змушує їх конкурувати між собою в умінні вирішувати всі проблеми, що в ній виникають (а не у хабарництві), а на додачу створює напівлегальні механізми перерозподілу посад і багатств, які поступово витісняють із влади найбільш дурних і лінивих. І це означає, що хоча корупція може бути дещо більшою чи меншою в різних країнах, але вона не може бути суцільною, як це вважалося пересічними українцями. А песимістичні їх погляди – це лише прояв нестачі комунікації і жадливого браку порозуміння між владою та населенням у нашій країні.

Повертаючись до поширеної думки про бажання викладачів познущатись і «помучити», то прикладів цього кожен студент може розповісти багато і головне – із власного досвіду (а не із чуток, як у розповідях про корупцію), - а значить проблему не можна вважати надуманою. Звичайно, справедливості багатьох студентських докорів можна піддати сумніву, адже низький рівень їх знань часто не дозволяє їм навіть зрозуміти запитання або зауваження викладача, і саме через це вони вважають його слова прискіпанням і жорстокістю. Однак і в цьому випадку проблему треба сформулювати інакше, адже проблема тут не в неуцтві студентів, а в абсолютній

²³ Франкл В. Человек в поисках смысла. - М., 1990. - 368 С., с.291.

²⁴ Див., напр.: <http://news.liga.net/news/world/536351-obama-pochtil-pamyat-zhertv-teraktov-11-sentyabrya.htm> ; <http://russiahousenews.info/analitics-and-comments/11-sentyabrya-2001-dani-levin> ; <http://www.ntv.ru/novosti/233916/video/> ; <http://nevsedoma.com.ua/index.php?newsid=197810>

²⁵ Це т.зв. «недалекгоглядний гедонізм», про який див.: Чеснокова В. Культура и субкультура // Полит.ру (Електронний ресурс) <http://polit.ru/article/2008/12/23/sots/>

²⁶ Див.: http://uk.wikipedia.org/wiki/Дилема_в'язня

недостатньому роз'ясненні їм вимог і критеріїв оцінювання у викладачів, а також – у прикрому нерозумінні викладачами потреб і цінностей своїх студентів. Може здаватися, що потреби останніх доволі односторонні і не надто інтелектуальні, а цінності відрізняються від викладацьких, але це не привід зверхньо їх відкидати і не намагатися зрозуміти.

Зрештою, викладання – це, по суті, сфера послуг, основний принцип якої: клієнт завжди правий. А можна ще застосувати сюди й основний принцип менеджменту: працювати треба із тими підлеглими, які є, – бо інакше навщо викладачу платять за майстерність управління студентами, а не заміняють його труд простою комп'ютерною програмою? І це якраз ті ідеї, які комунікатор повинен не просто роз'яснити логічно, а довести до почуттів (можна сказати – «до сердець») або до сфери смислів і переконань викладачів, щоби викликати у них бажання зрозуміти потреби і цінності підопічних. Але на цьому шляху йому прийде долати упередження стереотипізації та фундаментальної помилки атрибуції, адже викладачам звично здається (така у них групова ідеологія), що коли вони вішають на нестаранних студентів ярлики «ледар» і «нездара», то цим нібито вичерпно пояснюють причини своїх педагогічних невдач. Насправді ж навішування якихось назв (в тому числі і більш наукових термінів) в принципі нічого не пояснює, якщо за цією назвою чи терміном не стоїть перевірена теорія, що виявляє причини досліджуваної поведінки та виводить рекомендації щодо її використання або засобів впливу на неї.

Натомість вказані, та й усі інші ярлики лише приховують нерозуміння причин нестаранності підопічних і – що гірше – небажання розбиратися із цими причинами. Отже, *перший крок* по вирішенню конкретної проблеми комунікації – *показати, що студенти – це не «ярлики»*, а далеко не однакові й складні особистості із своїми інтересами й заслугами, яких можна і треба поважати і, принаймні, не «стригти всіх під одну гребінку». Заважає виконанню цього завдання надмірна скутість і заляканість студентів, що не виявляють на людях своєї індивідуальності, а тому зовні здаються і справді на одне лице. Втім, долати упередження – не означає критикувати їх, адже критика поглядів сприймається людиною як приниження (особливо в нашій країні, де рідко хвалять) і вмикає несвідомий, але дуже агресивний захист самооцінки. І якщо вже цей психологічний захист включиться, то розмовляти далі з людиною буде намарно: вона не чутиме інших і стоятиме на своєму, що би їй не казали.

Тому найголовніше правило комунікатора (як і переговорника) – не говорити «Ні», не заперечувати політичних, фінансових, виховальних та будь-яких інших позицій об'єкта впливу, а натомість: (1) *доповнювати їх упередження та базові ідеї щодо принципів своєї діяльності якимись додатковими ідеями* (наприклад, що «ганяти» треба лише гірших, байдужих студентів, а кращих – навіть слабких – треба заохочувати високими оцінками і приділеною ним увагою, – на яку математично не вистачає часу, якщо займатися лише контролем двієчників); (2) у контрпропаганді, погоджуючись із дійсними позиціями та загальними цілями об'єкта впливу, *зосереджуватися на взаємному обговоренні засобів їх досягнення* (хибність яких сама швидко дійде до розуміння співрозмовника, якщо не спішити його тикати у помилки і вчити, як правильно) і навідними питаннями підводити його до самостійного знаходження кращих засобів, а відтак – і розумних цілей²⁷.

Подолавши ці упередження викладачів і студентські комплекси, можна переходити до *другого кроку* на шляху вирішення даних непорозумінь: *зацікавити викладачів дослідженнями потреб і цінностей студентів*, які потрібно подати в такій формі, щоби вони були і зрозумілими, і цікавими. Результатом роботи комунікатора на цьому, другому етапі має стати *відчуття оптимізму в роботі зі студентами, довіри до їх можливостей і бажань учитися*, а також – *цікавості до них як до людей*.

Очевидно, що паралельно із діяльністю серед викладачів має проводитися така ж сама діяльність серед студентів: *спершу варто подолати їх упередження щодо викладачів* (стереотипи «доброго викладача», що мало вимагає і ставить високі оцінки, і «злого» – що діє зворотним чином), пояснивши їм, наглядно і неформально, які насправді мотиви «злої» поведінки іншої сторони. І тут треба не вигадувати й не прикрашувати вказані мотиви, а насправді дізнатись їх (попри те, що самі викладачі можуть їх не усвідомлювати). Причому важливо *дізнатись і показати мотиви кожного окремого викладача*, а не давати якісь узагальнені розповіді, незрозуміло про кого. Як бачимо, необхідно водночас популяризувати керівників серед підлеглих і підлеглих серед керівників. А щоби не бути голослівним і нещирим, необхідно досліджувати і тих, і інших у плані мотивів їх поведінки, їх потреб і цінностей. І якщо це справді робити паралельно в обох напрямках, то ці нібито дві задачі зіллються в одну: вивчаючи студентів, щоби показати їх з кращого боку для викладачів, ми краще розуміємо, як їм треба показувати викладачів, і навпаки, вивчаючи викладачів, ми розуміємо, як їм треба показувати студентів, щоби їм було цікаво.

Отже, на другому етапі роботи зі студентами їм треба не тільки *зацікавити можливість зрозуміти викладачів*, але і *вселити в них почуття оптимізму щодо взаємодії із викладачами, довіри до їх обіцянок і вимог і цікавості до них як до людей*. Очевидно, що комунікатор і сам має бути вільним від упереджень і, значить, не підозрювати викладачів (і так само студентів) у гірших мотивах, а вірити в те, що вони добросовісно помиляються, коли ведуть себе надто жорстко чи непослідовно. І головне, що це правда: більшість людей ведуть себе неправильно й некарасиво не через якийсь там корисливий чи підлий замисел, а просто через помилкові припущення, неадекватні оцінки та невміння робити висновки. Як казав Наполеон: «Ніколи не шукай зловмисності там, де все легко пояснюється некомпетентністю»²⁸. Безпристрасно досліджуючи їх справжні мотиви, комунікатор легко виявить, що неправильні, конфліктогенні дії спричинюються переважно хибними ідеями, що здаються самоочевидними в силу їх поширеності²⁹. Такі ж *базові ідеї щодо принципів своєї діяльності* (вони в логіці називаються постулатами) є й у студентів: що не обманюючи вчитись неможливо, що вчитись старанно – це марно і соромно (стаєш «заучкою»), – але вони так само хибні і їм так само треба спростувати, причому це можна зробити і суто логічним шляхом.

Отже, комунікатору важливо добре розібратися у базових ідеях і мотивах обох сторін, а не судити їх поведінку поспішно, в упевненості, що він про них усе знає. Це необхідно іще й тому, що на цьому, другому етапі своєї діяльності комунікатор має *допомогти обом сторонам зрозуміти їх справжні потреби, цінності і мотиви*, адже вони їх, найшвидше, не усвідомлюють, а якщо і можуть назвати, то здебільшого хибно, під впливом тих самих упереджень про «лінивих» студентів і «злих» викладачів. Тобто пробуджуючи цікавість до студентів, ми допомагаємо викладачам зрозуміти свої справжні мотиви і відкинути вигадані. Хтось із них переконує себе, що його суворість – із почуття обов'язку, а насправді йому просто бракує схвалення і, значить, треба йому показати, яка саме його робота є найбільш вдалою

²⁷ Такий евристичний прийом використовував іще Сократ. Див. про це: Маєвтика // <http://uk.wikipedia.org/wiki/Маєвтика> ; Приєм Сократа «Привести в замешательство» // <http://vikent.ru/enc/4391/>

²⁸ https://uk.wikipedia.org/wiki/Бритва_Хенлона

²⁹ Скажімо, ідея, що оцінювати треба всіх за однаковими критеріями, хоча до слабких груп педагогічніше застосовувати менші, посилені вимоги, оскільки і в них кращі студенти мають отримувати хороші оцінки, щоби не втратити мотивацію і показувати приклад. Див. про це: Стрюков Г.А. О единстве критериального и нормативного подходов к оцениванию знаний учащихся // Психологический журнал. Т.16. 1995. №2, с.120-127; Малова Н.В. Критериально-ориентированный подход к оценке знаний как фактор индивидуализации обучения // http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2009/2009_4_873_876.pdf

і визнаною (достатньо налаштувати студентів дякувати йому за ті дії, які в нього виходять найкраще, щоби він почав працювати і більше, і краще).

А хтось є добрим зі студентами, але вони майже нічого не отримують після його занять, і зрештою ставляться до нього доволі скептично. Вигадуючи про нього якісь хороші слова, комунікатор все одно нікого не переконає, а значить він має справді розібратись у його мотивах, - наприклад, виявити, що йому хочеться бути в центрі уваги, акторствувати, подобатись людям. Сам він може і не знати того, але зі сторони це доволі помітно (принаймні, це можна виявити дослідженням). А значить йому слід показати, що саме подобається студентам, чим він може заслужити найбільшої любові, - і цим підштовхнути його до не тільки ефектної, але й ефективної роботи. Таким чином ми виходимо на *третій етап діяльності*: на досягнення конструктивної взаємодії обох сторін. В даному випадку це буде така робота викладачів, яка була би і зрозумілою для студентів, і адаптованою до їх можливостей і потреб, і, значить, корисною на ділі, а не лише в уяві тих, хто вірить в упередження про «ледарів», яких треба «ганяць». Так само і студенти після третього етапу мають краще зрозуміти, навіщо вони вчаться, що саме прагнуть отримати і що повинні для цього зробити, а головне – почати це робити, не обманюючи ні себе, ні інших (оскільки вони вже навчилися довіряти викладачам і не потребують дешевих хитрощів). Кінцевим результатом третього етапу діяльності має стати *відчуття «Ми»*, тобто досягнення в ході взаємодії такого стану, коли *кожна сторона ідентифікує себе з іншою, попри всі статусні, рольові та ментальні відмінності між ними*.

2. Отже, перше, чим має зайнятися хороший **комунікатор** при вирішенні конкретної проблеми – це вивчити суб'єкт і об'єкт своєї роботи точними, зокрема соціологічними методами, а для цього необхідно розуміти, яких принципів треба дотримуватись у таких дослідженнях. **Соціологія** – це точна (побудована на вимірах і розрахунках) наука, що вивчає і прогнозує поведінку окремих людей і груп заради того, щоби надати рекомендації про способи управління цією поведінкою у наявних обставинах. Очевидно, що її висновками користуються саме ті, хто управляє, щоправда це буває лише тоді, коли останні намагаються не добитись усього силою та примусом, а управляти в точному сенсі слова, за допомоги стимулів, - а це хоч і дає значно кращий результат завдяки більшій мотивації виконавців, але вимагає і більшої кваліфікації від управлінців. Отже, мета досліджень даної науки – прогнозування поведінки людей для управління ними, а метод досліджень – природничо-науковий (*спостереження, виявлення типів і повторюваностей, розрахунок закономірностей, прогнозування процесів і рекомендації по їх практичному застосуванню*).

Взагалі, «предмет» – це ті особливості досліджуваних наукою явищ, які вивчає лише вона і які, тим самим, вирізняють її серед інших наук. **Предмет соціології** – це поведінка конкретних людей у конкретних обставинах. Інакше кажучи, соціологія вивчає не «людину взагалі» (це робить філософія), не історію конкретних народів чи осіб, не біологічні чи психологічні закономірності розвитку окремої людини або групи, а саме *зовнішню поведінку* людей, – ту, яку можна спостерігати. Скажімо, якщо міркування чи почуття неможливо побачити у зовнішній поведінці, то вони і не вивчаються соціологами, навіть якщо по обличчю людини інтуїтивно можна здогадатися, що вона відчуває і про що думає (але якщо можна надійним чином зафіксувати їх прояви, наприклад, соціометрією³⁰, то й емоційні реакції входять у предмет соціології). Тим самим соціологія поставила собі жорстку межу у тому, що вона може і що не може вивчати (обмежила свій предмет вивчення): відкинути усі здогадки, домисли та припущення, які не підтверджуються зафіксованими діями, реакціями, змінами у їх кількості тощо.

Це обмеження предмету науки сформульовано у двох основних принципах соціології: принципі позитивізму та принципі об'єктивності. **Принцип позитивізму** (його сформулював основоположник соціології О.Конт, 1798-1857) звучить так: вивчати можна лише те, що можливо виміряти й розрахувати математично. Мова йде саме про зовнішню поведінку, адже лише її можна порохувати, тоді як узагальнюючі, неконкретні вирази на кшталт «старанність», «хороша поведінка», «розумність» вимірюванню не підлягають. Щоправда, принцип позитивізму не відкидає можливості досліджувати і якісь внутрішні – емоційні чи інтелектуальні – дії, якщо їх вдасться зафіксувати точними методами (а це, до речі, зараз можливо зробити поліграфом, МРТ³¹ та іншими приладами, або підрахунком мікроекспресій обличчя за методом Пола Екмана³²). Він відкидає у якості об'єкту дослідження лише *абстрактні поняття*, які можна зрозуміти по-різному, адже вони узагальнюють багато різних зовнішніх дій (що для філософії нормально, адже вона і користується саме такими поняттями для побудови своїх теорій, а от у соціології – неприпустимо, оскільки тут треба рахувати).

Однак проблема (зокрема – і студентів, що вивчають соціологію) у тому, що на практиці люди постійно користуються саме такими, абстрактними, багатозначними поняттями, і це роблять не якісь зарозумілі філософи, а якраз цілком звичайні люди, і чим менше вони розбираються у певній сфері, тим частіше користуються дуже приблизними термінами, значення яких «розмите» і непевне (читай про це статтю Гегеля «Хто мислить абстрактно?»³³). Такими, між іншим, є усі жаргонні слова; скажімо, слово «конкретний» у молодіжному жаргоні означає і «саме цей», і «дуже добрий», «значний», «інтенсивний» тощо (і, до речі, філософія і логіка потрібні якраз для того, щоби навчитися формулювати свої думки точно, а не «розмазувати кашу по скатерті»). Як же соціологія може вивчати ті явища, які названі нечітко і неконкретно? Для цього існує такий важливий метод роботи, як **операціоналізація** понять – зведення (редукція) абстрактних понять до конкретних, вимірюваних ознак.

Якщо нам, наприклад, потрібно виміряти рівень щастя («щасливості») тих чи інших людей, то ми, насамперед, маємо визначити, що таке «щастя», – тобто які зовнішні, поведінкові ознаки даного стану. Звичайно, є багато варіантів розуміння цього слова і цього явища, але оскільки соціологія не вирішує глобальних, філософських проблем (штибу «Що таке щастя взагалі?»), то виходячи із конкретних цілей замовника дослідження (тобто, для чого саме він хоче знати їх «рівень щастя»), ми зводимо цей багатозначний термін до конкретних ознак задоволеності рівнем зарплатні або умовами праці, сімейним життям чи особистими перспективами (які вже можна виміряти шляхом опитування). І хоча ми не можемо таким чином повністю і беззаперечно визначити рівень «земного щастя» цих людей, але перед нами і не ставиться такої задачі, адже соціологія – конкретна і прикладна наука. А крім того, чим більше таких, нібито, дрібних ознак ми прорахуємо, тим ближчі будемо до визначення і рівня «щастя взагалі». Між іншим, такі дослідження зараз проводяться, причому виявляється, що «щасливі» країни – зовсім не ті, які є найбагатшими або найстабільнішими (дивись про це роботу М.Аргайла «Психологія щастя»³⁴, а також міжнародні розрахунки «Індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП)», «Індексу якості життя», «Міжнародного індексу щастя» або

³⁰ Белікова Ю.В. Можливості соціометрії в вивченні групових емоцій //

<http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3030>

³¹ Трайндл А. Нейромаркетинг. Визуалізація емоцій. - М., 2007. - 127 С. // <http://www.litmir.me/br/?b=156443&p=1>

³² Ложь и эмоции // <http://www.lie-emotions.com.ua/>

³³ Гегель. Хто мислить абстрактно // <http://blog.i.ua/user/2992672/1306877>

³⁴ Как измерить счастье // <http://velicita.jimdo.com/счастье-есть-рецепты/как-измерить-счастье/>; <http://scorcher.ru/art/happiness/Argyle.php>; контент-аналіз щастя: <http://sci-lib.com/article326.html>

«Валового національного щастя»). Підтверджує цей висновок і вивчення зворотнього щастю явища «*відносної депривації*» (див. далі, тему 4 цього посібника).

А от будь-які домисли, – зокрема довільні пояснення чужої і власної поведінки, – вимагає не брати до уваги **принцип об'єктивності**, який наголошує, що *причини поведінки* людей ніколи не співпадають із тим, як вони її суб'єктивно пояснюють, а тому ці причини треба вивчати, аналізуючи, як міняється поведінка людей під впливом окремих чинників. Інакше кажучи, людей треба вивчати як «чорну скриньку», до якої не зазірнеш, або як просту біологічну істоту, у якої не запитаєш, чому вона так вчинила. А відтак ставити в анкеті питання про причини якихось дій – неграмотно і безглуздо, отримані відповіді можуть лише заплутати, натомість ці причини соціолог повинен виявити сам. Наприклад, якщо дехто говорить, що любить іншу людину, але в більшості ситуацій на ділі віддає перевагу іншим перед нею, то принцип об'єктивності вимагає зробити висновки саме із очевидних і легко обчислюваних фактів зовнішньої поведінки, а не із слів (хоча люди здебільшого схильні вірити якраз останнім). Люди не обов'язково обманюють, але вони завжди знаходяться у полоні розповсюджених наївних уявлень та упереджень про причини людської поведінки, а також – власних бажань представити себе у якомога кращому світлі.

Саме тому навіть опитування громадської думки виявляють зовсім не погляди та роздуми людей, а їх ставлення, тобто викликані у них емоції (чи подобається їм певний факт, і – наскільки?); більше того, цікавлять соціолога насправді не самі емоції, а те, що їх викликало, тобто цінності, поширені у досліджуваній групі. Людям здається, що їх радість чи обурення викликають якісь зовнішні події, але насправді останні слугують лише «спусковим гачком» для реалізації внутрішньої програми людини, адже те, як ставитись до події – зі сміхом чи слізьми – визначають запрограмовані в ній цінності. Тому варто правильно розуміти відмінність між усвідомлюваними поглядами, які аж ніяк на ділі не впливають на поведінку їх носіїв (і тому не цікавлять соціологів), і цінностями людей, знання яких дозволяє нам прогнозувати їх поведінку.

Отже, **погляди** – це легко нав'язувані і легко змінювані *свідомі оцінки* загальнозначимих подій чи явищ, які виникають не внаслідок самостійного аналізу інформації, а шляхом вибору найлегшого для себе готового варіанту її осмислення та оцінки, тобто одного із суспільних стереотипів та упереджень, розповсюджуваних масовими комунікаціями (у т.ч. – чутками і розповідями). Ось чому *погляди*, які формуються і передаються поміж людьми у свідомій і словесній формі, не треба плутати із *цінностями* та *нормами*, що складаються невідомо їй передаються невербально. **Соціальні цінності** – це особисті та групові звички до певної оцінки усіх об'єктів навколишнього світу, які соціалізуються, засвоюються непомітно, а в ході здійснення вибору складаються в ієрархію і потім автоматично реалізуються у кожній новій ситуації вибору. **Соціальні норми** – це особисті та групові межі поведінки, порушення яких викликає у людини відчуття сорому і які теж формуються несвідомо, під впливом традицій групи, із якою людина себе ідентифікує.

За кожною інтонацією, за кожною позою чи жестом людини проглядає те, чим вона хизується, а отже – що найбільше цінує, тобто її цінності. Навіть у тих рідкісних ситуаціях, коли людина *діє в стані афекту* (тобто – не простих, а засліплюючи емоцій), і тут виявляються її найглибші цінності, наприклад, боягузливість чи сміливість. У більшості випадків, коли у людини є можливість діяти як завгодно, вона робить як усі, – і це називається (за М.Вебером) *традиційною дією*, в якій складно зауважити індивідуальні риси. Втім, навіть загальноприйняті речі особистість робить дещо по-своєму, і саме в цих особливостях, відмінностях її поведінки і виявляються завжди її цінності та норми. Не надто легко зрозуміти цінності людини, коли вона *діє ціле-раціонально*, тобто не «від серця», а від розсудку, заради цілей, свідомо обраних на основі певних її поглядів. Втім, так буває дуже і дуже рідко (особливо в Україні).

А от коли вона *діє ціннісно-раціонально*, тобто не так, як інші, але не в шоківому стані і без удавання чи самопримусу, тоді її цінності стають цілком очевидними. Скажімо, студент, що приходить на заняття лише в тому, що є модним і що є в усіх, кого він цінує, – цінує, насправді, думку свого оточення, а значить себе цінує не за внутрішні якості, а за визнання своїх досягнень у набутті певних зовнішніх рис (саме про непідвладність таким стереотипам Г.Сковорода казав словами: «Світ ловив мене, але не спіймав»). А вже коли, розвиваючись, цей студент виробляє власний стиль і носить із актуального лише те, що йому до смаку і в чому він (вона) відчуває себе привабливим, тоді він переходить від мотивації самоствердження до самореалізації (характерної для цілісної особистості), хоча і цінує в собі лише зовнішність та її вплив³⁵.

3. Методи збирання соціологічної інформації поділяються на кількісні та якісні. *Кількісні методи* полягають у вимірюванні та розрахунку математичних залежностей (кореляцій), і до них відносяться: метод аналізу документів (в тому числі – *контент-аналіз*), *анкетування*, *тестування*, *соціометрія* та *експеримент*. Найпоширенішим є усне (в т.ч. телефонне) або письмове опитування за допомогою анкети, тобто – анкетування. Воно проводиться за коротким списком запитань (інакше опитувані втомляться і будуть відповідати нещиро), які стосуються лише загальних настроїв та преференцій. Зазвичай анкета – анонімна і її результати використовуються в узагальненому вигляді. Окремим видом анкетування є *експертне опитування*, яке застосовується при дослідженні питань, які відомі не всім, а лише фахівцям, або які взагалі важко операціоналізувати (скажімо, «Чи блищали очі у людини, коли вона виступала?») і тому варто покладатися на враження свідків. При вмілому складанні анкети й розрахунку вибірки, правильній робочій гіпотезі та категоризації опитуваних, грамотному підрахунку даних і тонкій їх інтерпретації (як бачимо, умов багато), це найточніший і найефективніший інструмент вивчення та прогнозування людської поведінки (про який у цій темі мова далі). Однак є і великі ризики випадкової похибки у розрахунках, тенденційності у витлумаченнях або вихідної помилковості програми дослідження.

Цих вад, пов'язаних із невмілістю користувача, позбавлене *тестування*, яке може використовувати ту ж анкету, що і в опитуванні, а значить – задавати ті самі питання, але не боятися за неправильну інтерпретацію результатів, – адже кожній обраній опитуваним відповіді приписується певна кількість балів, а загальна їх сума за всі питання відсилає його до певної категорії, повна характеристика якій дається у т.зв. «ключі» до тесту. Цей ключ і відрізняє тестування від анкетування: він складається досвідченим спеціалістом і забезпечує від дилетантських помилок у витлумаченні результатів, а значить дозволяє користуватись тестами будь-яким, непідготовленим людям (і тому їх часто публікують в ненаукових виданнях). Відмінність є і в тому, що тест вигідніше використовувати в індивідуальній діагностиці (яка більш характерна для психології), хоча можливо робити і якісь усереднені заміри цілої групи.

Втім, створення «ключа» до тесту якраз і є найважчим моментом у цьому методі. Адже для цього розробник тесту має попередніми дослідженнями вивести кореляційні залежності, тобто закономірності, що люди, які відповідають певним чином на подібні питання, найчастіше відносяться до певних груп (категорій) і мають відповідні особливості поведінки чи характеру, котрі будуть потім закладені у «ключ» до тесту. Наприклад, дослідник може виявити, що студенти, які отримують переважно низькі бали (так звані «двієчники») і

³⁵ Задумайтеся, що цінує в собі людина, яка в заповненому коридорі розштовхує всіх стрічних? А що, натомість, цінує людина, яка, зауваживши здала цю штовханину, завчасно звернула і піднялась боковими сходами? А якщо викладач занадто не терпить заперечень, то як він себе оцінює?

демонструють повну байдужість як до знань, так і до оцінок, підчас навчальних занять сідають на останні парти, а крім того, виказують недовіру до будь-яких слів і дій викладача та невдоволення будь-якою навчальною роботою (це явище має назву «відносної депривації» і розглядається у темі 4), а також виявляють у поведінці імпульсивність, тобто невміння стримуватися, скеровувати себе на поставлені цілі і контролювати себе самостійно. До речі, якраз це невміння і робить їх «двієчниками», поскільки вони нездатні послідовно працювати, якщо їх не контролюють і не примушують ззовні, а цього у виші роботи не прийнято. Тоді як їхнє бурчання щодо того, «навіщо взагалі вивчати цей предмет» лише маскує їх непридатність до навчання, брак природних здібностей і небажання прикладати більше зусиль, ніж ті, у кого такі здібності є (і кого вони для самовиправдання обзивають «заучками»).

Після виявлення цих та інших закономірностей у поведінці «двієчників», середніх і кращих студентів, досліднику потрібно зробити класифікацію студентів, тобто розбити їх на ці три або іншу кількість *категорій* та визначити характерні, *діагностувальні ознаки* кожної категорії. На основі такої класифікації можна створити новий, тестовий опитувальник, всі питання якого будуть спрямовані виключно на те, аби шляхом непрямих, завуальованих запитань виявити, скажімо, імпульсивність чи, навпаки, здатність до самоконтролю, недовіру та острах або відкритість до викладачів тощо. І якщо опитуваний студент обере найбільшу кількість саме таких, негативістських відповідей, то його можна буде впевнено віднести до класу майбутніх «двієчників» (що зможуть вибратись із цієї категорії лише через пересилення себе і копітку працю у навчанні). Саме такий висновок дослідник і зазначить у «ключі» до даного тесту.

А якщо керівнику треба оцінити неформальну структуру групи, її згуртованість та статус у ній кожного її члена, то найкращим методом для цього є *соціометрія*. Цей метод полягає в опитуванні членів групи за стандартним набором питань, на кшталт: «Хто би найкраще справився із організацією такої, конкретно, справи?» і «Хто би точно не справився?» (а кожна справа – це певний тип лідерства: діловий, інтелектуальний, розважальний, емоційно-надихальний, комунікаційний тощо), до яких можна додати ще запитання: «Хто би із групи обрав Вас у лідери для такої, конкретно, справи?» і «Хто би точно не вибрав Вас?» (які могли би показати, наскільки адекватна у кожного оцінка власного статусу в групі). Очевидно, що тут опитування не анонімне: кожен зазначає конкретне прізвище (номер у списку, що роздається) і робить це від власного імені, і ось чому так: аналіз результатів тут здійснюється у вигляді соціограми (можна це робити і у вигляді таблиці, але це менш наглядно), тобто графу із пронумерованими точками (кожен номер – це прізвище), між якими, згідно із відповідями, прокладені стрілки позитивного чи негативного вибору. Якщо всі стрілки позитивного вибору зосереджені на одному лідері, то група згуртована, а якщо всі йдуть урізнобіч, то навпаки. Може у групі бути декілька фракцій із спокійними або із ворожими відносинами, можуть бути ізольовані члени групи, - і все це (й багато іншого) дозволяє виявити соціометрія³⁶.

Що стосується експериментів, про них слід почитати самостійно: з одного боку, проводити їх самостійно студентам навряд чи прийдеться, а з іншого, уже проведені класичні експерименти дають так багато поживи для роздумів, що варто було би не полінитися це зробити³⁷.

На відміну від кількісних методів дослідження, що дають відповідь на запитання «Хто..?» і «Скільки..?», - *якісні методи*, і серед них – фокус-група та інтерв'ю дають відповіді на питання «Як саме..?» і «Чому так..?», тобто висвітлюють глибші, мотиваційні аспекти досліджуваної проблеми, а головне – дозволяють почути від опитуваних те, про що і не задумувались дослідники³⁸. Ці методи орієнтовані не на кількісний підрахунок розподілу думок у групі, а на самостійний опис людьми своїх почуттів, особливостей і мотивів власної поведінки (цей опис мотивів, відповідно до принципу об'єктивності, не приймається за «чисту монету», але дає можливість дізнатись те, чого соціологи не передбачили). *Соціологічне інтерв'ю* відрізняється від анкетування тим, що воно обов'язково усне (оскільки дослідника цікавить жива й безпосередня реакція опитуваного), не масове, а індивідуальне, проводиться не з пересічними працівниками чи жителями, але з їх керівниками, а головне – стосується не загальних настроїв та преференцій (які лише і можна вивідати у мас), але конкретних деталей організації та управління даною сферою, стимулювання роботи та проблем, із якими стикається керівництво, - а тому у ньому може бути 100-200 запитань і переважно – відкритих (без варіантів відповіді, які, натомість, треба обов'язково мати при масовому опитуванні, оскільки «прості люди» думати не люблять), щоби стимулювати опитуваного розповісти те, чого ми не передбачали. Теоретично саме таким, підготовленим і стимулюючим живу реакцію та відвертість, має бути і журналістське інтерв'ю, хоча в Україні чомусь ми його майже не бачимо.

Фокус-група теж є різновидом інтерв'ю, одкровення в якому досягаються через групову дискусію, тобто зіткнення і взаємостимулювання думок, - що робить їх більш чесними (бо на людях прикидатися важче) і більш об'єктивними (гасяться найбезглуздіші думки, а перемагають ті, що віддзеркалюють загальну думку). Докладно ці методи будуть розглядатись пізніше (див. далі, тему 3).

4. Управлінці, як правило, вдаються до соціологічних досліджень в ситуації уже наявних проблем, що приносять збитки (масові порушення трудової дисципліни, підвищена плинність кадрів, конфлікти між керівником і підлеглими, незбалансованість дій різних підрозділів організації тощо). Саме тому слід роз'яснювати управлінцям необхідність дій на випередження, тобто привчати до проведення соціологічних замірів при впровадженні в організації будь-яких реформ та нововведень (нової техніки, форми оплати праці, управлінської технології, змін рекламної діяльності, складу постачальників, дилерів, номенклатури продукції, цін та інших інновацій). В усіх цих випадках важливо керуватися не тільки техніко-технологічними та фінансово-економічними, але і соціологічними міркуваннями. Незнання і неврахування останніх – причина невдач багатьох нововведень, сенс яких люди не зрозуміли і проведення яких, по суті, бойкотували (серед прикладів, зокрема, і болонська система вищої освіти в Україні).

Якщо правильно розробити гіпотезу, тобто визначити найважливіші індикатори проблемної поведінки (незадоволеність чим є ключовою для виникнення проблеми, зокрема для формування негармонізованих відносин) і найвагоміші чинники, що підштовхують людей до незадоволеності саме цими моментами (скажімо, низька кваліфікація і примітивність інтересів або висока кваліфікація і віра у кар'єрні перспективи), можна зрозуміти, якими є потреби та цінності людей краще за них самих, а відтак і знайти компроміс, що задовольнить і помирить обидві сторони конфлікту. Наприклад, робітники можуть настійливо вимагати підвищення зарплати, на яке керівництво піти не може, і раціонального виходу із цього глухого кута не видно. Проте хороше дослідження може виявити, що найгарячіші прибічники боротьби переважають зовсім не в категорії низькооплачуваних або матеріально бідних, а в групах, що незадоволені сварливістю

³⁶ Метод соціометрії. Поняття и процедуры // <http://biofile.ru/psy/1659.html> ;

Соціометрія // <http://voluntary.ru/dictionary/1106/word/sociometrija>

³⁷ Соціологічний експеримент // <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/sociologicheskij-eksperiment.html> ;

Список классических экспериментов в психологии // https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_классических_экспериментов_в_психологии

³⁸ Дивись: http://www.sociologos.ru/metody_i_tehnologii/Novye_postupleniya
<http://www.sbelan.ru/content/рмертон-фокусированное-интервью>

керівництва і поганою атмосферою на роботі. Значить, потрібні не фінансові реформи, а заміна керівників або вироблення у них «соціальної чутливості»³⁹.

Запорукою *репрезентативності* дослідження, тобто того, що відповіді наших опитуваних (*вибіркової сукупності*) точно відображатимуть розподіл думок і цінностей усього об'єкту дослідження (*генеральної сукупності*) є правильний розрахунок *вибірки* – системи відбору тих, кого будуть опитувати. Конкретні види вибірки (імовірнісна, систематична, гніздова і квотна) і, головне, способи їх розрахунку студенти мають вивчити самостійно⁴⁰.

Основні вимоги до складання соціологічної анкети такі:

а) **валідність анкети** (відповідність усього комплексу питань меті дослідження, - яка завжди має роз'яснити, як замовнику змінити саме ті дії своїх підлеглих і їх результати, які його не влаштовують);

б) **операціоналізація термінів** дослідження (відповідно до вивченого *принципу позитивізму*);

в) **односкладовість запитань** (без будь-яких умовних і складнопідрядних речень, тобто в запитанні не повинно бути варіантів вибору, - адже правильне запитання має бути таким, щоби на нього можна було відповісти «так» чи «ні»; натомість у запропонованих відповідях варіанти вибору будуть) та **їх миттєва зрозумілість** (опитуваний не повинен замислюватись над тим, що означають запитання і відповіді, і який варіант йому ближчий; він не повинен щось згадувати та розраховувати для своєї відповіді, інакше вона буде вигаданою і неширою);

г) **всеохопність відповідей** (потрібно дати всі можливі варіанти вибору, щоби опитуваному легко вдалося знайти підходящий і не довелося задумуватися над питанням, адже у цьому випадку він обов'язково вигідає щось «правильне» і «красиве», а не відповідатиме щиро. Зрештою, щира відповідь – це відповідь миттєва, - по відчуттям, а не по роздумам);

д) **нетенденційність запитань** (не використовувати навідні запитання, із закладеними оцінками, - скажімо «прогульник» казати не можна, бо це вже осуд, що суперечить *принципу безоціночності*);

е) **неочевидність наміру запитань** (опитуваному не повинно бути очевидно, про що хоче дізнатися дослідник, інакше він мимовільно прикрашатиме відповідь, а це суперечить *принципу об'єктивності*);

є) **категоризація опитуваних за ознаками, що справді впливають на вибір ними відповідей** (тобто поділ опитуваних треба здійснювати за ознаками їх приналежності до груп, між якими є стійка й помітна відмінність у поведінці, що відповідає *принципу об'єктивності*: шукати чинники, що визначають поведінку досліджуваних);

ж) **категоризація опитуваних на групи із різними системами цінностей** (адже відмінність їх відповідей і дій породжується тим, що вони належать до груп із різними системами цінностей; тобто поділ опитуваних треба здійснювати за ознаками приналежності до груп, із якими вони себе ідентифікують, а значить – від яких переймають системи цінностей).

Визначення ключових термінів теми №1:

Бар'єри комунікації бувають трьох типів: індивідуальні **бар'єри розуміння**, **бар'єри соціально-культурного розходження** і **бар'єри відносин**. (Т.1, п.1)

Упередження – це соціальні чи групові традиції негативного, переважно, сприйняття, які є логічною помилкою поспішного узагальнення, що нав'язуються кожній особі її оточенням і вбудовуються у її підсвідомість у вигляді неприродних для неї, але фанатично захищуваних вторинних цінностей. **Види упереджень**: фундаментальна помилка атрибуції, генералізація недоликів, стереотипізація, односторонність суджень, підтверджувальне упередження, приписування раціональності, драматизація реальності, мислення «пустими абстракціями».

Чинники непорозуміння: (1)*інтелектуальна та душевна лінь*, (2)*самовиправдання «загальною думкою»* (у т.ч. груповою ідеологією), (3)*принципова нелогічність людського мислення*.

«**Принцип позалогічності переконування**»: необхідність діяти в обхід логіки для досягнення порозуміння, - як для того, щоби не зачіпати звичні самовиправдання людей, так і тому, що логіка їх не переконує, а лише стимулює формально-бездушні взаємовідносини, тоді як завдання **комунікатора** – добитись емоційного контакту між суб'єктом та об'єктом.

«**Принцип неприкрашальності**»: будь-який суб'єкт має бодай якийсь сенс для кожного об'єкту, і цей сенс треба виявити, а не вигадати (адже рекламні трюки дають у цій сфері прямо протилежний ефект); навіть невдала подія може бути виграшною, якщо її визнати й запобігти критиці самокритикою.

Найголовніше правило комунікатора – не заперечувати політичних, фінансових, виховальних та будь-яких інших ідейних позицій об'єкта впливу, а натомість: (1)*доповнювати їх упередження та базові ідеї щодо принципів своєї діяльності якимись додатковими ідеями*; (2)*у контрпропаганді, погоджувачись із ідейними позиціями та загальними цілями об'єкта впливу, зосереджуватись на взаємному обговоренні засобів їх досягнення*.

Соціологія – це точна наука, що вивчає і прогнозує поведінку окремих людей і груп заради того, щоби надати рекомендації про способи управління цією поведінкою у наявних обставинах. (Т.1, п.2)

Предмет соціології – це поведінка конкретних людей у конкретних обставинах.

Принцип позитивізму: вивчати можна лише те, що можливо виміряти й розрахувати математично.

Операціоналізація понять – зведення (редукція) абстрактних понять до конкретних, вимірюваних ознак.

Принцип об'єктивності, який наголошує, що *причини поведінки людей ніколи не співпадають із тим, як вони її суб'єктивно пояснюють*, а тому ці причини треба *вивчати*, аналізуючи, як *мінється поведінка людей під впливом окремих чинників*.

Погляди – це легко нав'язувані і легко змінювані *свідомі оцінки загальнозначимих подій чи явищ*, які виникають не внаслідок самостійного аналізу інформації, а шляхом вибору найлегшого для себе готового варіанту її осмислення та оцінки, тобто одного із суспільних стереотипів та упереджень, розповсюджуваних масовими комунікаціями (у т.ч. – чутками і розповідями).

Соціальні цінності – це особисті та групові звички до певної оцінки усіх об'єктів навколишнього світу, які соціалізуються, засвоюються непомітно, а в ході здійснення вибору складаються в ієрархію і потім автоматично реалізуються у кожній новій ситуації вибору.

³⁹ В менеджменті давно прийнято проводити тренінги сенситивності, або «соціальної чутливості» для керівників, що не вміють ладити із підлеглими. Див.: Кравченко А.И. Теория незрелости К.Арджириса // <http://finance-credit.biz/istoriya-menedzhmenta/teoriya-nezrelosti-kardjirisa.html> ; Гарвардская школа менеджмента // <http://psyera.ru/garvardskaya-shkola-menedzhmenta-2174.htm>

⁴⁰ Див., зокрема, передостанню главу підручника соціології С.Теремка за адресою: http://www.elibm.com/books/sociologiya/sociologiya_teremko/index.html

Соціальні норми – це особисті та групові межі поведінки, порушення яких викликає у людини відчуття сорому і які теж формуються несвідомо, під впливом традицій групи, із якою людина себе ідентифікує.

Типи соціальної дії: (1)**ціле-раціональна дія** описує поведінку, свідомо прораховану щодо цілей, засобів та можливих наслідків (на практиці має найменшу питому вагу в загальному обсязі поведінки людей); (2)**ціннісно-раціональна дія** описує поведінку, що мотивується власними смаками та переконаннями (несвідомими нормами та цінностями, свідомими принципами, політичними чи релігійними віруваннями тощо); (3)**афективна дія** описує імпульсивні вчинки, вмотивовані надмірними, засліплюючими й абсолютно нераціональними емоціями; (4)**традиційна дія** описує поведінку, яка повністю відповідає беззаперечним стандартам пристойності й правильності, прийнятим у даній спільноті, а тому виконується не замислюючись (це найбільш поширений тип поведінки в усіх стабільних, не кризових суспільствах).

Кількісні методи соціологічних досліджень полягають у вимірюванні та розрахунку математичних залежностей (кореляцій), і до них відносяться: метод аналізу документів (в тому числі – *контент-аналіз*), *анкетування*, *тестування*, *соціометрія* та *експеримент*. (Т.1, п.3)

Якісні методи соціологічних досліджень (фокус-група та інтерв'ю) орієнтовані не на кількісний підрахунок розподілу думок, а на виявлення їх мотивів, на їх самостійне пояснення й доповнення опитуваними (що дозволяє почути від опитуваних інформацію, яку соціологи не передбачили).

Чим тест відрізняється від анкети? Легкістю обробки, що досягається знаходженням через попередні опитування кореляційних залежностей, тобто закономірностей, що люди, які певним чином відповідають на дані питання, найчастіше відносяться до певних груп (категорій) і мають відповідні особливості поведінки чи характеру, - котрі будуть потім закладені у «ключ» до тесту (тобто покажчику балів, що даються опитуваному за вибір тої чи іншої відповіді, а також пояснень, що означає для діагностики кожна можлива сума набраних тут балів, інакше кажучи, до якого виду із заздалегідь готової класифікації відноситься цей опитуваний).

Валідність анкети – це відповідність усього комплексу питань меті дослідження (яка завжди має роз'яснити, як замовнику змінити саме ті дії своїх підлеглих і їх результати, які його не влаштовують). (Т.1, п.4)

Категоризація опитуваних – це поділ їх на групи, що справді впливають на вибір ними відповідей. Для цього спершу необхідно (1)поділити опитуваних на категорії, між якими є математична відмінність у поведінці, а потім знайти (2)поділ на групи, із цінностями яких вони себе ідентифікують.

Тема 2. Мета і результати розвитку зв'язків із громадськістю. Типи особистості

1. Розвиток зв'язків із громадськістю. Класифікація та діагностика опитуваних.
2. Види виховання. Соціалізація та види ідентифікації.
3. Особистість як ієрархія цінностей. Типи особистості.
4. Види групових та міжгрупових комунікацій.
5. Причини та функції соціальних девіацій (адикції, злочинність, соціальний паразитизм).

1. **Зв'язки з громадськістю** – це організаційна структура і діяльність по налагодженню взаєморозуміння та співробітництва між центром зосередження якихось ресурсів (політичних, економічних, інформаційних тощо) та залежними від його діяльності масами (центр є суб'єктом зв'язків із громадськістю, а підлегли або населення регіону – об'єктом, або – адресатом PR-впливу). **Розвиток зв'язків із громадськістю** має (1)**тактичною метою** (яка, фактично, ще не є PR-розвитком) досягти максимальної *відкритості* та *прозорості* у діяльності такого центру (що дає **когнітивний ефект** у вигляді розуміння населенням його сенсу для себе та згоди з його цілями і методами, а також усвідомлення його керівництвом допустимих у своїй діяльності меж, встановлюваних громадською думкою населення), досягти *компромісу між мотивами одної сторони та потребами і цінностями другої*, а відтак і *взаємно-доброзичливого ставлення обох сторін* (що в психології називається емоційним контактом і що є **емоційним ефектом** PR-діяльності) та *практичної взаємодопомоги сторін* (**поведінковий ефект**, що виявляється не просто у споживанні певних послуг центру чи виконанні його вимог, а й у намаганні допомогти удосконаленню цих вимог і послуг задля якоїсь спільної мети).

Проте для досягнення справжньої щирості у порозумінні та співробітництві, необхідно PR-діяльність націлювати водночас і на (2)**стратегічну мету** досягти якомога ширшої та якомога тривалішої **залученості**, інтегрованості населення у сферу діяльності даного центру: у політиці це називається вищим рівнем легітимності, в економіці – відданістю бренду, а в інформаційній сфері – авторитетом суб'єкта. Щоби залучити людей на свій бік, недостатньо осліпити їх зовнішнім блиском і сподобатись або один раз зробити їм щось хороше, а потім довго цим вихвалитись, - треба добитись того, аби вони ідентифікували себе із даним центром, а це досягається лише систематичною роботою по взаєморозумінню та співробітництву.

Щоби досягти *стратегічної мети PR-розвитку*, потрібно планувати і добиватись успіхів у тих же трьох *ефектах*, але у більш стійкій їх формі, яка не залежить від коливань настроїв людей чи безперервності впливу на них. Так, **когнітивний ефект** має виявитись у переконаній гордості обох сторін за свою приналежність до єдиного цілого (тобто у *раціональному аспекті взаємної ідентифікації*); **емоційний ефект** – у почутті взаємної прихильності та лояльності обох сторін (тобто в *емоційному аспекті взаємної ідентифікації*); а **поведінковий ефект** виявляється у якомусь *практичному співробітництві, спільній діяльності, вигідній обом сторонам*.

Першим треба планувати *емоційний PR-ефект*, тобто те, які почуття викликають у мас пропагандистські повідомлення: якщо необхідно підняти людей на активні дії, то й емоції у них мають бути стенічними, бурхливими (гнів, обурення, захват, гордість і, меншою мірою, цікавість і подив), а якщо потрібно, навпаки, заспокоїти пристрасті і заворушення, то варто спонукати людей до астенічних, пасивних емоцій (сором і розкаяння, сум і розчарування, відроза і байдужість). Обравши якусь емоцію, слід систематично надавати їй інформаційні приводи, розвиваючи пропагандистські повідомлення (а не повторюючи ту ж ідею в дещо змінених словах і ситуаціях), щоби не лише обґрунтувати справедливість викликаних емоцій відповідними образами та їх поясненнями, але й ідейно скерувати ці емоції на якісь дії (зовнішні й фізичні – при стенічних емоціях та внутрішні, розмірковувальні дії – при астенічних емоціях). Теоретичне обґрунтування і спрямування емоцій якраз і буде роботою по досягненню *когнітивного PR-ефекту*, логічним продовженням якого стане *поведінковий PR-ефект*, тобто спільна діяльність центру і мас, яку, втім, потрібно ще придумати, аби вона була цікавою і надихаючою для обох сторін (адже не можна просто сказати: працюйте, як і раніше, і пишайтеся цим) і організувати – без примусу, але якомога масовіше.

Важливо також розуміти, що досягнення **емоційного ефекту** PR-розвитку – це не просто нав'язування масам позитивного іміджу суб'єкта зв'язків із громадськістю. Такий, малограмотний підхід збіднює арсенал використаних піарниками засобів, зводячи їх до суто рекламних та облудних. Насправді емоційна складова – це справжній, найважливіший мотив будь-якого спілкування: люди розмовляють насамперед не для того, щоби обміняти ідеями та діловою інформацією (навіть якщо свідомо вважають, що для цього), а щоби одержати емоційне схвалення та підтримку своїх оцінок. Ділова ціль – лише привід для обміну емоціями, який потрібен, аби не відчувати себе

самотнім та ізольованим (саме тому бойкот – найбільш неприємне покарання) та щоби впевнитися у правильності своїх вражень через погодження їх із найближчим колом спілкування. Тому віра деяких людей, що вони не залежать від думки інших – це лише самообман і підліткова зарозумілість, яка є проявом образи на весь світ за його, зауважте, нерозуміння почуттів і прагнень даної особи (тобто, знов-таки, через невдачу в емоційній комунікації).

Обмін враженнями – це найголовніша психологічна потреба людини, без задоволення якої вона не може жити в суспільстві. Адже зрозуміти когось чи щось означає виробити до нього емоційне ставлення (відчуття загрози, гордості, гніву, радості чи розчарування) і тим самим знати, як діяти стосовно нього. Відсутність такого розуміння викликає тривогу і загострює потребу обговорити невизначену ситуацію, – бодай із тими, хто теж нічого не розуміє. Якраз ця, загострена потреба викликає поширення нічим не обґрунтованих чуток, що слугують ерзац-замінниками забраклої, але такої необхідної людям оціночної інформації. Причому чим менше інформації (як раціональної, так і емоційної) доступно людям, тим фантастичнішими стають чутки і тим більш затятою стає віра в них. Цей ефект добре відомий підданим диктаторських режимів, і особливо тим із них, хто є найбільш обмеженим у контактах та інформації (дивись, зокрема, спогади психологів, що побували в концтаборі, В.Франкла та Б.Беттельхейма⁴¹)

Отже, формування у людей емоційного ставлення до суб'єкта PR-розвитку є не стільки (а)одноразовим нав'язуванням та примітивним рекламуванням, скільки (б)допомогою їм у реалізації потреби осмислення основних явищ і процесів навколишнього світу (серед яких, вочевидь, є і рекламований піарниками суб'єкт). Коли піарник обмежує своє завдання прагненням лише всучити виборцям якогось політика, «навшучи їм на вуха лапшу» про його неіснуючі чесноти і досягнення (що швидко викриється і той утратить довіру, навіть якщо на неї заслуговує), то піарник виявляє себе бездарним і некваліфікованим дилетантом, найманцем, від якого більше шкоди, аніж користі. Адже в цьому випадку він жертвує стратегічною метою PR-розвитку заради тактичної мети сподобатись за будь-яку ціну, хоча би на короткий момент.

Більше того, як це часто буває із рекламою, піарник здебільшого виходить із власних уявлень про те, що подобається людям, і тому він вдається до найпримітивніших прийомів, які викликають насправді відчуття фальші та надокучливості. Із цього можна зробити аж три практичних висновки: (1)при розробці плану діяльності варто тримати в умі стратегічну мету PR-розвитку і не вдаватися до явного обману (щоби не втратити довіру як адресатів, так і замовників), (2)шляхом конкретних соціологічних досліджень необхідно з'ясувати, які слова, ідеї і цілі насправді хвилюють і цікавлять людей (щоби говорити з ними тією мовою і про те, що вони хочуть почути), (3)в іміджі, ідеях і обіцянках треба добиватися компромісу між тим, чого хочуть люди, і тим, що може і хоче запропонувати їм політик (щоби і йому не кривити душею, і найвісім смакам людей не надто потурати).

Ці рекомендації можуть здаватися надто складними, але виконати їх простіше, якщо згадати науково підтверджений факт, що найголовніше, чого прагнуть люди – це не ковбаси, а ясності, тієї ясності, яка зніме тривогу і дасть їм спокій⁴². Люди можуть пережити нестачу продуктів або зарплатні, якщо їм просто і щиро, без демагогічних закликів пояснити, чому склалася така ситуація, який на сьогодні стан речей і які є перспективи його зрушення. А перекидання відповідальності, замилювання очей і пусті обіцянки (такі популярні в нашій країні) – це прямо протилежне тому, що треба було робити для досягнення когнітивного, емоційного і, головне, поведінкового ефекту PR-розвитку, адже замовчування і обман лише збільшують тривогу від нерозуміння того, що діється, налаштовують людей проти політиків і влади і вбивають будь-яке бажання їй допомагати, та й узагалі – працювати чесно (замість того, щоби налаштувати людей співробітничати і боротися з труднощами, або хоча би їх терпіти).

Тобто PR-обман лише здається вигідним і простим шляхом, який не має побічних наслідків, - наслідки обов'язково настають, і шкодять усім більше, аніж дають вигоди. Річ у тім, що емоційний ефект PR-впливу на маси може бути лише двох видів: (а)позитивний (схвалення та ентузіазм або, хоча би, примирення із суб'єктом), який стимулює до конструктивної діяльності (що є вже поведінковим ефектом), або (б)негативний (швидкоплинне засліплення обіцянками, що обертається розчаруванням, зневірою і накопиченням напруги), який стимулює до деструктивної діяльності (спершу до халтурної роботи, потім – до розкрадань майна, зловживання владою та інших корисливих злочинів, а зрештою – до бунтів і революцій, причому, як правило, не мирних).

Отже, робимо висновок: PR-ефект має бути емоційно заспокійливим, роз'яснювальним (когнітивно), і тим самим – мобілізуючим на конструктивну діяльність щодо суб'єкта PR-розвитку і щодо всіх інших (а не критиканським, тобто паразитуючим на схильності мас до переповідання чуток і скандалів, - адже це, зрештою, встановлює атмосферу загальної недовіри, яка протидіє будь-якій PR-діяльності). Звідси виходить, що поведінковий ефект PR-розвитку також може виявлятися двома протилежними способами: (а)у конструктивній діяльності щодо суб'єкта зв'язків із громадськістю (у співробітництві населення або, принаймні, у дисциплінованості поведінки щодо нього) або (б)у деструктивній поведінці щодо цього суб'єкта та й щодо усіх інших (адже деструктивність рідко зосереджується на одній цілі, і, набравши силу, епідемічно розповсюджується на все довкола, це явище називається аномією, і розглядається у темі 4). Так само і когнітивний ефект PR-розвитку може бути: (а)позитивний (згода і діяльність суб'єкта, або, принаймні, розуміння її необхідності) або (б)негативний (заплутаність, розгубленість, нерозуміння, у що можна вірити, і агресивна напруга від дезорієнтованості).

Таким чином, зв'язки із громадськістю – це не окремі маніпулятивні дії по рекламуванню і просуванню (на політичному чи ще якомусь ринку) суб'єкта PR-впливу, а справді розвиток взаєморозуміння між масами і людьми більш елітного статусу, знаходження у них спільних інтересів, а також – компромісних рішень у питаннях, де їх інтереси розходяться, та досягнення співробітництва, а не конфронтації у їхній взаємодії. Тобто це дійсно має бути всебічний (когнітивний, емоційний та поведінковий) та безперервний поступ у відносинах, із ефективними механізмами виявлення та формулювання намірів і настроїв кожної сторони, а також – їх узгодження задля досягнення взаємної вигоди. І головне, що заважає цьому – це застарілі й помилкові погляди, що виграти у такій взаємодії може лише одна сторона.

Давно вже доведено, що там, де люди послідовно і раціонально відстоюють свої інтереси, їм у довгостроковій перспективі вигідніше не знищити конкурента, а співробітничати з ним. Шляхом математичного моделювання економічних ситуацій (а тепер уже і на практиці, зокрема, японських фірм) виявлено, по-перше, що при тривалому протистоянні (багаторазовій взаємодії) більше ніж двох учасників найбільш вигідною стратегією виявляється компроміс. Учасник гри, що отримав дохід від обману суперників в одноразовій взаємодії, у наступних взаємодіях програє (адже його обман неминуче стає відомим). По-друге, навіть якщо сторони не вступають у прямі переговори, їх поведінка все одно починає взаємно узгоджуватись, оскільки навіть нерівні по ресурсах супротивники залежать один від одного (причому

⁴¹ <http://www.synergia.itn.ru/kerigma/psych/frankl/stat/fr-105.htm> , http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Chern/05.php

⁴² Це, так би мовити, принцип трилера: напруга росте, поки незрозуміло, що і чому відбувається. У концепції Л.Фестінгера ця закономірність називається «когнітивним дисонансом», хоча базовим тут є не когнітивний, а емоційно-оціночний дискомфорт (у вигляді тривоги та пошуку ясності, - який закінчується когнітивним виправданням своєї тривоги лише через брак позитивної PR-дії). Див.: Фестінгер Л. Теория когнитивного диссонанса. СПб, 1999. С.15–52 (або за адресою: <http://flogiston.ru/library/festinger/>).

тим більше, чим більшими стають витрати на ведення конфліктних дій). По-третє, при конфліктній взаємодії найбільшу частку вироблених двома сторонами ресурсів отримує та з них, яка менше виробляє і більше витрачає на «озброєння», але, перемігши, вона отримує менше, аніж могла б отримати при кооперації: витрати на ведення «війни» знижують продуктивність і конкурентоспроможність учасників, скорочують загальний обсяг доступних благ на ринку⁴³.

Конфлікти ж виникають передовсім тому, що між учасниками не вистачає прямої й ефективної комунікації, - вони не чують і не розуміють одне одного, підозрюють іншого в тому, що він не збирався робити, а потім – через ескалацію звинувачень і підозріливості – починають самі схилитися до дій, які вони «передбачали» з боку суперника. І саме цій ескалації і повинні запобігти піарники. А це означає, що PR має бути не хаосом показних і ворогуючих між собою акцій різних фірм, а системою PR-розвитку. Ось чому в англійських країнах тепер частіше використовується термін «PRD» (Public Relations Development), тобто «Розвиток громадських зв'язків», а не лише «зв'язки» та просування⁴⁴.

2. Найменша соціальна система – це особистість, тобто «доросла» людина, що здатна до самостійного життя, прийняття незалежних ні від кого рішень, які, до того ж, виявляються ефективними на ділі. Це якщо пояснювати даний термін простими словами і використовувати його у повсякденному вжитку. Але для науки такого пояснення не досить, адже якщо в побуті ми можемо «неозброєним оком» оцінити, чи є дана людина особистістю, чи ні, - не наводячи при цьому точних аргументів, - то в соціології такі приблизні висловлювання неприпустимі. Отже, ми маємо операціоналізувати цей термін (згадайте попередню тему), знайшовши якісь вимірювані ознаки цього стану «дорослості». Для чого це потрібно? Тому, що якою б не була людина за характером, не досягши і, навпаки, досягши рівня особистості, вона веде себе абсолютно по-різному (хоча самій людині це може так і не видаватись). А значить, не можна прогнозувати її поведінку, доки ми не знаємо, на якому вона етапі розвитку.

Втім, аби сформулювати те, що таке особистість, треба спершу зрозуміти, як нею стають. Нібито здається очевидним, що людина формується і стає дорослою, бо її виховують. Насправді це одна з тих ілюзій щодо людини і суспільства, якими більшість людей користується без перевірки і від яких наша наука відмовилась завдяки принципу позитивізму. Отже, що таке виховання, які його, знов-таки, вимірювані ознаки? Вихованням називають будь-що, але найчастіше – той, не окреслений чітко вплив старших людей на молодших, яким перші можуть похвалитися: «Он яка в мене дитина, це я виховав!» Щоправда, пояснити, як він це зробив (і чому на рік молодша дитина – зовсім не така), вихователь не зможе. А якщо спробує, то повідає щось на зразок: «Я їй довго втовкмачував, і вона зрозуміла!» Отже, запам'ятаємо, що виховують словами, роз'ясненнями, а також візьмемо до уваги і те, що «виховним моментом» називають таку ситуацію, коли старший сварить і картає за щось молодшого або застосовує ще більш суворі заходи покарання, аж до побиття.

Виходить, виховання починається з того, що дитині кажуть, як треба або не треба робити, і, можливо, повторюють це декілька разів. Якщо вона так і робить, записують це собі в заслуги і вважають її вихованою, а от якщо ні, то починаються негативні санкції, аж поки дитина не піддасться примусу або вихователь не визнає провал своїх зусиль. Зауважимо також, що в кожній такій, виховній ситуації дитині пояснюється якась конкретна поведінка, що від неї вимагається: «Не кидай сміття на підлогу! Здоровкайся, коли заходиш у гості». Тобто виховується не універсальна охайність, а лише – щодо сміття у домі, тоді як щодо випльовування лушпиння на вулиці жодної заборони немає. Таким чином, **виховання** – це цілеспрямований процес нав'язування людині окремих якостей. Це визначення наголошує на трьох суттєвих ознаках: виховання є (1) свідомим процесом, націленим на формування (2) окремих, ситуативних звичок поведінки (3) методом примусу.

З точки зору соціології виховання є малоефективним процесом, адже воно формує здебільшого *погляди* людини (згадайте, знов-таки, попередню тему), а не її *поведінку*, тобто впливає на те, що людина вважає правильною поведінкою, і майже не впливає на те, що вона робить. Біда виховання в тому, що воно не формує цінностей особи, від яких залежить її поведінка і які є, за визначенням, несвідомими (а всі ті побажання і преференції, які людина може сформулювати свідомо, не є, найскоріше, її справжніми цінностями). Ради справедливості зауважимо: якщо мудрий вихователь завдяки своїй принциповості має справжній авторитет, а виховні повчання робить украй рідко і лише із вагомої причини (і при цьому говорить щиро і по суті, тобто – не для самозвеличчування за рахунок приниження інших), то його слова можуть зворушити вихованця і відкластися у підсвідомості останнього в якості норм та цінностей. Але, як бачимо, потрібно дуже багато умов, щоби свідомі настанови реально вплинули не підсвідомість. У більшості ж випадків вони лише спонукають вихованця усвідомлювати, що він чинить невірно і відчувати провини за це, але діяти «вірно» йому не вдається, адже в нього сформувалися інакші цінності (і ми далі скажемо, чому).

Втім, виховувати можна по-різному, головне – бути в цьому достатньо систематичним і наполегливим. Основні ж **системи виховання** такі:

а) *ліберальне* - виховання, що обмежує нав'язування до мінімуму і тим дає найбільше простору для самовияву. *Японський* варіант цієї системи взагалі передбачає *невтручання* вихователів до дій дитини: її можуть попередити про можливу небезпеку якихось її дій, але не будуть припиняти їх силою і терпляче знесуть завдану шкоду, - без жодних докорів, а тим більше – покарань (втім, так триває до 7-літнього віку, із якого дитина *здатна розуміти наслідки* своїх дій, а тому і несе за них відповідальність, включно із покараннями). Інший варіант – так звані *школи Монтесорі* – перетворюють навчання із систематичного «напихування» знаннями у цікаву і досить імпровізовану гру із самостійним пошуком відповідей учнями. В результаті такого виховання людина формується більш природнім шляхом, аніж в інших системах, де її стискають вузьким шаблоном потрібних вихователю рис, не враховуючи її задатки. А головне – дитина росте із почуттям власної гідності і без страху помилитися, без страху перед керівником і з готовністю до ініціативи та самостійних рішень.

б) *авторитарне* - виховання, що обмежує дитину чіткою системою заздалегідь обговорених правил, у яких переважно описані її *обов'язки* (що не передбачають жодних заохочень) та *права* (свободу дій, яку вона отримує саме внаслідок виконання обов'язків), а також *санкції* за порушення приписів. Ця, американська за походженням система здається (особливо – нам) надто жорсткою та нелюдською, і навіть – тиранічною. Втім, насправді вона не тільки привчає до дисципліни (що очевидно), але і дає дитині чесну свободу вибору, самостійність у рішеннях та, знов-таки, почуття власної гідності: адже їй не доводиться принижуватись та хитрувати у намаганні уникнути покарань, – бо при порушенні їх не уникаєш; а отже вона відповідально обирає, чи відмовитись їй від заборонених бажань, чи свідомо піти на отримання покарань заради того, що їй хочеться. Дитина виростає менш творчою, аніж у попередній системі, але більш раціональною, вольовою та далекоглядною.

⁴³ http://sbiblio.com/biblio/archive/nestik_ekonomkonflikt/

⁴⁴ Островский Е. Хаос и порядок против Великого Ничто, или близкий крах известных PR-агентств//Советник. – 2002. - №7. - С.15.

в) *репресивне* - виховання, що взагалі не формує чітких обмежень для дитини, оскільки вихователі самі не дотримуються жодних обмежень. Вони нібито і встановлюють якісь правила і стимули, але потім самі ж на них і не зважають. А якщо кілька разів поспіль порушення ігнорувалось, вибачалось або забувалося вихователями, а потім несподівано для дитини каралося, то виховального ефекту – змін у поведінці – це покарання викликати не могло (а було фактично проявом роздратування від своєї безпорадності, справжня причина якої – не «зіпсованість» дитини, безсистемність виховальних дій). Ще гірший ефект давало покарання за дії, що не були завчасно обумовлені правилами, але вихователю не зміг утриматись від обуреного застосування кари до «поганих», на його думку, вчинків, – і це замість того, щоби сформулювати і оголосити нові правила, які їх забороняють (тобто відреагувати раціонально, а не як капризний тиран, тим більше, що дитина, найшвидше, не знала, що її дія буде розцінена як погана). Неважко помітити, що спільною для цих прикладів помилкою виховання є його надмірна емоційність та нераціональність. Те саме стосується і правил: вони не тільки застосовуються безсистемно, але і формулюються настільки розпливчато, що важко зрозуміти, коли вони порушені, а коли – ні. Отож і трактуються вони як заманеться вихователю, і сприймаються дітьми не як правила, а як привід для вияву владного свавілля. Відтак і формує все це в дитині лише страх перед всездозволеністю дій вихователя, і бажання підлеститись, догодити і не сперечатись із старшим, навіть якщо той не правий.

Залишивши за спиною розгляд дещо перехваленого у суспільній свідомості виховання, переходимо до іншого формуючого впливу, який називається «соціалізація» і відбувається нецілеспрямовано й невербально, шляхом переймання чийогось прикладу. А прикладом тут слугує не якась свідомо, одноразова демонстрація вихователем «правильної» поведінки (котра нікого не обманить, бо і до, і після неї вихователю веде себе не так), а постійна, типова манера дій, манера мовлення, мислення та емоційного реагування, прийнята в певному колі людей, близьких до того, хто соціалізується, тобто переймає ці манери. Отже, **соціалізація** – це процес несвідомого копіювання цілісної манери поведінки (*норм та цінностей*) тієї групи, із якою людина себе ідентифікує. Слово «ідентифікація» («ототожнення») пояснюється далі, а зараз досить буде уявити, що людина ідентифікує себе з тими, кого вважає «своїми», до кого не байдужа і чию поведінку (несвідомо, звичайно) вважає правильною і більш-менш взірцевою для себе.

Мало сказати, що людину неможливо соціалізувати цілеспрямованим підбором та показом прикладів для неї, важливо додати, що і людина, яка соціалізується, не відбирає собі взірці для наслідування свідомо. Вона може вважати когось своїми кумирами та зразками, але це – свідомі погляди (котрі, як ми довели у попередній темі, не впливають на цінності та практичну поведінку особи). Натомість люди, що справді впливають на її смаки та нахили, тобто ті, з ким вона себе несвідомо ідентифікує та в чьому колі соціалізується, це, як правило, зовсім не її кумири. Річ у тім, що у більшості випадків людина не може усвідомити та сформулювати свої справжні цінності та людей, від яких вона їх запозичила, – адже це запозичення відбувається непомітно для неї самої. І відбувається воно (принаймні у дорослої людини) не всюди, але і не від якихось окремих, поодиноких осіб (нехай навіть батьків), – а від окремих груп.

Що ж це за групи (із якими, як було сказано у визначенні соціалізації, людина себе ідентифікує)? Це реально існуючі (а не абстрактні категорії, на зразок «інтелігенції»), невеликі і згуртовані навколо однакових цінностей і форм поведінки групи (адже у великих групах реальної згуртованості не буває), які на практиці мають найбільший авторитет для соціалізованої особи, тобто в її повсякденній поведінці вона несвідомо орієнтується саме на них, на їх оцінки та манери, які, зрештою, і переймає. Якщо її сім'я демонструє саме таку згуртованість та послідовність поведінки (принаймні – у якихось питаннях), то вона і стає першою такою групою. А далі йдуть дворові друзі, приятелі зі школи, товариші по якомусь захопленню тощо.

Чому ж саме групи, а не суспільство чи окремі особи? Суспільство – це взагалі абстракція, яку неможливо побачити, тоді як соціалізація передбачає копіювання наочних манер поведінки. А окремі особи повинні мати аж надто великий авторитет, щоби «перебити» вплив більш чисельних спільнот. Тобто вирішальним стає наочність прикладу і чисельність його демонстрацій, яка (в силу законів психологічного сприйняття) і слугує суб'єктивним «доказом» авторитетності та правильності цього прикладу. Інакше кажучи, коли ми не знаємо, як діяти, ми діємо, як усі, – щоправда, усі в нашому колі, а не усі наші знайомі взагалі (адже останніх – багато, вони різні і далеко не всі нам подобаються). Іноді це називають «стадною» поведінкою, але це невірно, адже ми здебільшого діємо не як юрба і не як наше випадкове оточення, а як цілком конкретна і доволі постійна група, яку ми, в силу різних чинників, зробили для себе взірцем.

Важливо додати, що соціалізація триває усе життя. Якщо виховують (хоч скільки-небудь ефективно) до семи років, то обмінюватися цінностями людина продовжує завжди, а це і є соціалізація. Соціалізація, на відміну від виховання, це не примусовий і саме тому набагато більш результативний процес, а крім того – процес не односторонній: всі люди впливають одне на одного (нехай і не однаково) і завдяки цьому досягають певної однорідності у смаках і манерах поведінки. Ось поки людина вважає себе повноцінним членом якоїсь спільноти і зважає на ставлення інших (тобто ідентифікує себе з ними), вона непомітно навіть для себе уподібнюється ним і змінюється разом із ними. Зрозуміло, що у дорослих ці зміни менш радикальні, аніж у дітей (і стосуються лише вторинних цінностей, про що – далі), але вони не закінчуються у людини ніколи.

Людина соціалізується лише в тій групі, із якою себе ідентифікує. Люди – суспільні істоти, а тому ідентифікація породжується генетично запрограмованим прагненням інтегруватись, а значить самоствердитись у групі і не відчувати своєї ізоляваності та меншовартості. Крім того, ідентифікація – це визначення свого місця у навколишньому світі шляхом порівняння себе із іншими і виявлення свого статусу у суспільній і груповій ієрархії. Таким чином, **ідентифікація** – це визначення, вибір певного кола осіб, яких людина вважає «своїми», тобто близькими собі по духу і ззовні, і на яких вона рівняється й уподібнюється, тобто орієнтує свою поведінку на їх норми та цінності (приймає їх «правила гри»). А оскільки групи людей у навколишньому світі (і їх «правила гри») сильно відрізняються між собою, то ідентифікація – це насамперед вибір, відмежування за якимись, врят чи усвідомлюваними ознаками тих осіб, яким людина співчуває і з якими себе ототожнює, а також – усіх інших, до яких залишається байдужою, не наслідуючи їх поведінку. Отже, ідентифікація націлює здатність людини до наслідування зразків поведінки (здатність до соціалізації) на конкретне коло осіб, чий прагнення та спосіб життя (які в соціології називаються терміном «норми та цінності», або, інакше, «культура» групи) вона відтак і засвоює.

Втім, ширина цього кола упродовж життя змінюється: (1) *в дитинстві* (а точніше – поки не стала особистістю) людина ідентифікує себе *із усіма* навкруги, оскільки вона ще не має єдиної ієрархії норм та цінностей (котрі і слугують завжди критеріями вибору), а отже не вміє розділяти на «своїх» і «чужих», «добрих» і «поганих»; (2) *сформована особистість* ідентифікує себе *із однією групою* (наприклад, із одностороннім на роботі або із сім'єю, і саме в одній із цих груп реалізуються її головні інтереси); а (3) *цілісна особистість* ідентифікує себе *із власною ієрархією цінностей і усвідомлюваних принципів*, а отже найменше залежить у своїй поведінці від думки оточення і його соціалізаційного впливу. Це і є три види ідентифікації: у дитини – тотальна (з усіма), у сформованої особистості – групова (з однією групою), а у цілісної особистості – самоідентифікація (із власною ієрархією цінностей і принципів).

3. Підсумуємо те, що ми вияснили у попередніх пунктах плану: особистість формується переважно шляхом несвідомого копіювання манери поведінки близьких їй людей (а не завдяки повчанням), переймаючи яку вона запозичує і систему цінностей, що стоїть за будь-якою

їх поведінкою. Виходячи з цього, ми можемо сформулювати ключові ознаки, що відрізняють дорослу, самостійну і незалежну насправді людину від дитини чи підлітка. Є багато різних визначень особистості, і їх не варто плутати або вважати рівнозначними і взаємозамінними, адже у кожного з них своє завдання і свій кут погляду. У соціології ж нам важливе таке визначення, що дає поведінкові ознаки того, що дитина стала дорослою, і водночас дозволяє інтерпретувати ці зміни у поведінці. Отже: **особистість** – це людина, яка діє послідовно і системно, оскільки декілька її дитячих ієрархій цінностей склалися в одну, несуперечливу ієрархію.

Ми вже вияснили, що дитина ідентифікує себе із усіма навкруги в силу вікової нездатності розрізняти «своїх» і «чужих», «поганих» і «добрих», – адже така здатність з'являється лише завдяки сформованій ієрархії цінностей, яка і слугує критерієм розрізнення і вибору. Але ієрархію цінностей і мала, і доросла людина переймає у *готовому вигляді*, оскільки цінності ніколи і не існують поодиноці: цінності – це звичка робити певний (один і той же) вибір між двома якимись варіантами, – а отже вони завжди існують у порівнянні. І виявляються вони на ділі у ситуації вибору, і саме тоді, коли людина робить вибір миттєво, не замислюючись, оскільки відповідь на питання, якому варіанту вона надає перевагу у неї готова заздалегідь, – у вигляді ієрархії цінностей.

Більше того, ієрархія цінностей – це не просто сукупність багатьох парних порівнянь (наприклад, чаю чи кави на сніданок, і інших), це послідовна у своїх інтересах система прераференцій: якщо вже дана група у своїй ієрархії цінностей надає перевагу, скажімо, фізичній силі над начитаністю (і зневажає фізичну слабкість, що є нормою, яка відповідає даній цінності), то вона, як правило, не цікавиться тонкощами психології і красотою поезії, а натомість отримує задоволення від «крутих» (тобто без проблиску думки) кінобойовиків і «музики», що спалює мозок децибелами. Тобто вона послідовна у тому, що любить і що – ні, і це виявляється у будь-якій ситуації: в їжі – знов не до тонкощів, головне з'їсти багато, а якщо вже перебирати, то аби було дороге і престижне; в одязі, в манерах – те саме, грубі, «чоловічі», нібито (а насправді – «гіпермаскулінні»), смаки і водночас – страх виглядати слабким, вразливим або співчутливим. Таким чином, ця стійка і цілісна манера дій виявляється у кожному прояві поведінки, а термін «ієрархія цінностей» лише дає назву її кореням – послідовній і звичній направленості інтересів, що розставлені по рангах.

Ось чому поспостерігавши навіть коротко за такою – усталеною, системною поведінкою, дитина легко переймає всю цю манеру, тобто засвоює ієрархію цінностей. А оскільки груп, за якими вона спостерігає і в яких соціалізується, далеко не одна, то й *ієрархії цінностей* вона засвоює *декілька*, і веде себе саме так, як прийнято у тій групі, де вона *зараз знаходиться*. Причому веде себе у кожному випадку щиро, хоча і відрізняється у цій поведінці разюче, як дві різні людини (або й більше). І в цьому немає жодної патології, – скажімо, роздвоєння особистості, – адже немає ще і самої особистості, немає єдиної ієрархії цінностей. Більше того, дитина не помічає суперечливості у своїй поведінці (в одній компанії вона лагідна і спокійна, а в іншій – агресивна і безжалісна), адже критерієм «правильності» виступає для неї засвоєна саме в цій компанії ієрархія цінностей, і виходячи з цього вона в кожній компанії і в кожній ситуації відчуває, що веде себе «правильно». А оскільки дорослі, як їй здається, не можуть поводитися невірною, тож і її поведінка виправдана і замислюватися над нею не треба.

Таким чином, у дитини *виникає декілька ієрархій цінностей*, по одній у кожній із тих груп, де вона соціалізується. Причому це відбувається, навіть якщо вона перебуває у такій групі або спостерігає за нею недовго, – бо манера її поведінки справляє на сприйнятливую від природи дитину настільки велике враження, що вона починає себе з нею ідентифікувати, тобто запам'ятовує і намагається поводитися так само. Проте, із настанням так званого «перехідного» і «важкого» підліткового віку (десь років із 12 – 14) дитина починає помічати роздвоєність, непослідовність своєї поведінки, а головне – її залежність від того, у якій групі вона знаходиться. Вона від цього страждає, відчуває свою неповноцінність і, намагаючись подолати цей «недолік» (який справді не є недоліком, а – цілком природним станом речей), починає із усіма сперечатись, порушувати усі нав'язувані їй правила і просто – дратуватись із будь-якого приводу.

Отут і починається конфлікт «батьків» і «дітей». Однак і його не слід драматизувати, а тим більше – ображатися на дітей: для них це закономірний, а головне – необхідний для повного формування особистості етап індивідуального розвитку, і якщо його не пройти у всьому обсязі, не звільнитись від впливу оточуючих і не навчитись іти всупереч їх думці, напологши на своєму навіть у ситуації власної неправоти, то не можна стати цілісною, самостійною особистістю. Саме на цьому етапі надзвичайно шкідливим виявляється *репресивне виховання*, яке силоміць придушує прагнення до особистої незалежності і самоуправління, а в результаті формується *авторитарна особистість*, що впливу інших нездатна протистояти, але намагається сама їх підкорити і принизити, вважаючи, що таким чином звільниться від їх впливу. А найгірше те, що авторитарна особистість не вміє визнавати свої помилки, адже для цього людині треба спершу переконатися, що вона здатна наполягти на своєму і вже не має потреби доводити це собі зайвий раз, потім відчути гіркі наслідки наполягання тоді, коли була неправда, і вже після цього *зрозуміти* вигідність прислуховуватись до чужої думки (а не *бути змушеною* до цього силою).

І, нарешті, коли ці декілька дитячих ієрархій цінностей складаються в одну систему, внутрішньо несуперечливу, що базується на природних схильностях і здібностях людини, тоді вона і стає особистістю, тобто вміє самостійно оцінювати і вибирати, має свою манеру поведінки і скерованість інтересів, а отже і може відповідати за власні дії. Не випадково, що вік, коли це найчастіше відбувається (18 років) і вважається повноліттям. На жаль, *ієрархія цінностей рідко буває насправді цілісною і завершеною*. Частіше вона має вигляд досить послідовної ієрархії у тих питаннях, із якими людина багато стикалася і в яких на власному досвіді і через переймання смаків свого оточення виробила ціннісні пріоритети. Однак у питаннях, в яких її *практичний досвід замалий* або взагалі відсутній, у неї нема і *не може бути ієрархії цінностей*, адже самими лише роздумами або повчаннями її не виробити!

І якщо людина під час формування своєї особистості мала занадто вузький життєвий досвід (зокрема, завдяки надмірній опіці й уберіганню від проблем із боку батьків), її ієрархія цінностей також буде обмежена лише знайомими їй домашніми справами і типовими для родинного кола ситуаціями, – а, наприклад, постояти за себе у якійсь ворожій ситуації вона виявиться нездатна. Водночас у дорослому житті вона неминуче буде опиняється саме у таких, незвичних для її ієрархії цінностей ситуаціях, в яких інші легко і, головне, швидко орієнтуються завдяки виробленим ще у дитячому і підлітковому віці критеріям вибору, тоді як дана людина проявляє в них абсолютну несамостійність. І як не обіцяє вона собі діяти рішуче наступного разу, але це у неї не виходить, адже твердість і рішучість дій залежать у всіх людей не від думок і свідомих рішень, а від визначеності підсвідомих пріоритетів, тобто – від сформованості ієрархії цінностей.

Отже, людина, у якої ієрархія цінностей склалася щодо більшості типових для неї обставин життя, але щодо інших, не менш типових і важливих – ні, називається **фрагментованою особистістю**. Це означає, що її ієрархія цінностей не просто не є цілісною (адже навряд чи взагалі може бути людина, у якої ієрархія цінностей є визначеною для всіх можливих життєвих випадків, зокрема – рідкісних), але *ця ієрархія не є визначеною саме у тих обставинах, які є типовими для її життя*, що має причиною відсутність досвіду дій у таких обставинах під час формування особистості. Зауважимо, що **первинні норми та цінності** – це соціалізовані без зовнішнього тиску базові вибору у важливих життєвих ситуаціях. Зокрема, це цінності того, як людина досягатиме успіху: власними силами чи за допомогою інших, хитрістю і спритністю чи плануванням і дисципліною; цінності того, як вона ставиться до себе, до близьких і до чужих людей (те, що називається мотивацією егоїзму, альтруїзму та колективізму), як готова виконувати обов'язки – старанно і з ентузіазмом чи з нехиттю та

униканням, і як реагує на труднощі та небезпеки: обережно і навіть боязливо чи рішуче й авантюрно; взагалі – головні у житті цінності (гроші, влада чи майстерність, - які ми розглянемо у питанні «види стратифікації» теми 4).

Як бачимо, *особистість* стає *фрагментованою* тому, що своєчасно не обрала для себе пріоритети поведінки, наприклад, у конфлікті (адже батьки «уберігали» її від неприємностей), а тому вона просто губиться у такій ситуації, не знає, що тут буде правильно, а що – ні, і тому легко підпадає під чужий вплив. Це результат якраз того варіанту «виховання», коли воно *перестає бути вихованням* через надмірну опіку і намагання вирішити все за дитину, «полегшивши» їй життя. Допомагає збільшенню фрагментованості і примус або солідарний тиск оточення (мода, загальна думка тощо), якому така особистість нездатна протистояти, а в результаті робить те, що суперечить системі її цінностей, і вже самою регулярністю повтору таких дій «програмує» себе на непритаманні собі **вторинні цінності** (тобто цінності, що нав'язані ззовні, суперечать первинним і є, скоріше, упередженнями). Нарешті, людину можуть свідомо переконувати у незначущості якихось її рішень, щоби вона не ставилася до них з точки зору первинних норм і цінностей, а натомість вважала їх другорядними технічними діями, які можна виконувати як завгодно (і, зокрема, так, як її просять). Тобто фрагментованості сприяють вторинні норми і цінності, якщо вони не узгоджені із первинними (бо людина звикає «кривити душею» і діяти всупереч собі, аби догодити оточенню) і роблять дії людини непослідовними, невпевненими і такими, яких вона сама потім соромиться.

Саме тому людина конче потребує здійснення **вчинків**, тобто дій, що заради збереження її первинних норм і цінностей свідомо порушують традиції свого оточення, а отже вимагають від неї зусиль, щоби подолати внутрішні слабкості і перебороти неминучі санкції соціального середовища. Отже, якщо бути точним, **дії** – це поведінкові акти людини, які є для неї психологічно найпростішими, оскільки вони не розходяться радикально із традиціями оточення і не вимагають вольових зусиль для того, щоб на них зважитись, – навпаки, вони здійснюються механічно і стереотипно, як ритуал, не потребуючи ні роздумів, ні відчуття відповідальності. Тоді як вчинки людина робить, переборюючи власні страхи і сумніви, адже розуміє, що люди не прощають тих, хто виділяється і порушує їхні ритуали. Але якщо ці ритуали її короблять, бо суперечать її моральним звичкам (первинним нормам і цінностям), то вона має свідомо вирішити: піти проти всіх, щоби поважати себе і, як-то кажуть, залишитись собою чи підкоритись вимогам оточення, похитнувши власну віру у свої цінності, а відтак – і самооцінку. Звичайно, людина не формулює собі ці альтернативи і вряд чи усвідомлює наслідки вибору, але його важливість вона відчуває, так само, як і необхідність найважчого для себе варіанту, тобто – *вчинку*.

Зрозуміло, що всім, за винятком справжніх, природжених лідерів (яких так мало, що їх варіант можна ігнорувати, принаймні у цьому розгляді), майже неможливо самотужки впоратись із подібною моральною дилемою, а тому здійснити вчинок їм допомагає взірєць у вигляді *референтних осіб*. **Референтні особи** – це люди, чий приклад здійснення вчинків допомагає людині у подібній ситуації. У дитинстві вчинків не здійснюють, а коли у підлітковому віці починають на це зважуватись, то референтними особами стають якісь загальновідомі «бунтівники», радикальні неконформісти, що кидають виклик усім устоям (їх поведінка називається *девіантною*, і ми її ще учитимемо), – вигадані персонажі або зірки шоу-бізнесу. Їх зразок вчить лише «не коритись», а для чого, заради яких цінностей, – це не цікавить ні кумирів, ні їх шанувальників. Натомість у дорослих, а значить у сформованих особистостей референтними особами стають реальні люди, які їм особисто відомі і які у схожій ситуації наважуються на вчинок задля захисту цих норм і цінностей (а не ради тотального підліткового бунту).

Проте вчинок – це не єдиний варіант виходу із внутрішнього конфлікту між бажанням догодити оточенню і зробити «по-совісті» (відповідно до своїх цінностей). Іншим, а головне – більш легким варіантом є робити так, як кажуть, тобто підкорятись, переклавши відповідальність за прийняті рішення на того, хто дає накази. Щоправда, таке ставлення до життя стимулює людину підкорятись в усьому, а значить не приймати взагалі жодних рішень щодо своїх дій, адже позбувшись тягара відповідальності в одних питаннях, його ще важче підіймати в якихось інших. Але кому підкорятись, не першому ж ліпшому? На це людина швидко знаходить відповідь: найсильнішому, а точніше – найстрашнішому для неї у кожній конкретній ситуації; а ще краще – отримати якогось постійного вождя, який би контролював усе її життя і керував кожним кроком (ось чому такі люди радо ідуть в армію або в тоталітарну партію чи секту). Крім того, вона підкоряється установленим правилам – писаним і неписаним, і робить це завзято і бездумно, майже фанатично.

Такий тип людей називається **авторитарною особистістю**, тобто особистістю, сформованою на основі ієрархії первинних норм і цінностей, яка є не просто істотно неповною (як у фрагментованій особистості), але такою, якій бракує критеріїв вибору щодо *більшості* життєвих обставин. Фактично у неї склалися лише дві-три власні, стабільні цінності: підкорятись стереотипам загальної думки і керівникам, яких варто боятися, та підкорювати собі силою всіх тих, кого вона не боїться. Із цього очевидно, що вона розуміє людські відносини лише як «вертикальні»: або її підкорюють, або – вона, третього бути не може. І це прямий результат *репресивного виховання* і панічного, «таринного» страху перед вихователем, який воно лише і виховує.

Створив теорію авторитарної особистості та дослідив її соціологічно німецький вчений Теодор **Адорно** (1903-1969), який вивчав психологію і масову свідомість німецького фашизму і виявив дев'ять основних характеристик даного типу: 1) догматизм, стереотипність мислення; 2) упередженість, беззаперечна віра в погляди своєї соціальної групи і нетерпимість до інших; 3) ксенофобія, ворожість до представників інших культур, релігій і рас; 4) ненависть як до багатих, такі до бідних; 5) тяга й догідливе схилення перед владою і силою; 6) аморальна переконаність, що ціль виправдовує засоби; 7) покірність у подружніх відносинах; 8) боязке дотримання будь-яких суспільних умовностей і ритуалів; 9) схильність до містики. Спрошуючи, можна сказати, що таким людям притаманна «агресивна покірність»: щира (хоча й самопринизлива) догідливість перед більш сильним і владним та мстиве приниження більш слабких і підлеглих⁴⁵.

Бути авторитарною особистістю виявляється набагато легше, ніж фрагментованою: жодних вагань щодо правильності своїх дій, жодних картань за помилки, жодного ризику втрати самооцінки, – адже остання залежить не від своїх здобутків і вчинків, а від могутності тієї суспільно-політичної сили, із якою людина себе *ідентифікує*, - а ідентифікує вона себе завжди із переможцем. Втім, є й інший спосіб не страждати від внутрішніх конфліктів, – бути **цілісною (самоактуалізованою) особистістю**, тобто людиною, у якій – завдяки особистим принципам – ієрархія норм і цінностей склалася повністю, стала завершеною системою. Ми вже казали, що це вряд чи може бути результатом самої лише соціалізації, адже в сім'ї дитина не може отримати досвід усіх, можливих в житті ситуацій та зразки пригідного саме для неї ставлення і реагування; не допоможе тут і ідеальне виховання, якщо воно взагалі буває. І тим паче неможливо власноруч «доформувати» власну ієрархію цінностей, «соціалізувавши самого себе» (як і свідомо «соціалізувати інших»): процес формування первинних цінностей абсолютно невідконтрольний людським бажанням; навіть знаючи людину, важко спрогнозувати, що саме вона запозичить від інших у даній ситуації, а примусити її запозичити саме те, що треба, взагалі немислимо.

Однак можна виховати самого себе шляхом створення особистих **принципів**. Інакше кажучи, замінити, компенсувати брак первинних норм і цінностей свідомо сформульованими для себе правилами (що виводяться в якості «уроку» із кожної невдачі), які мають виконуватись завдяки вольовому самопримусу всупереч власним слабостям чи тиску оточення, аж поки не стануть індивідуальними

⁴⁵ Див.: www.gumer.info/bibliotek/Buks/Sociolog/Adorno/index.php

звичками. Очевидно, що кожен випадок такого самоподолання заради ствердження і розвитку своєї системи цінностей є *вчинком*, – принаймні поки це психологічно важко і вимагає вольових зусиль. Але наслідком цього повільного і важкого вироблення принципів стає зрештою так звана цілісна, або «*самоактуалізована*» особистість, яка завжди веде себе послідовно і якій просто приймати рішення, адже всі свої пріоритети вона уже визначила.

Теорію самоактуалізованої особистості детально розробив американський психолог Абрагам **Маслоу** (1908-1970), що сформулював такі характерні риси подібних людей: 1) життя в теперішньому часі (а не в ілюзорному майбутньому чи минулому); 2) творчий, а тому зацікавлений підхід до будь-якої роботи; 3) легке сприйняття змін; 4) задоволення від реалізації власних і чужих здібностей, а не від споживання чи накопичення; 5) самоповага і прийняття себе таким, який є; 6) вміння цінувати достоїнства інших, не зосереджуючись на їх вадах; 7) здатність не стримувати вияви почуттів і не боятись пережити їх глибоко; 8) вміння знаходити емоційний контакт із будь-якими людьми; 9) цілісне, системне розуміння людей і світу. Можна сказати, що така людина не бореться сама із собою і нічого не доказує собі чи іншим, а тому їй легше реалізувати свої здібності і розуміти людей навколо. Також їй неважко правильно визначати цілі і досягати успіху, – і все це результат цілісної системи цінностей, яка дозволяє їй бути всього-на-всього послідовною і ясно розуміти, чого вона хоче (не піддаючись спотворюючому впливу середовища, слабкостям і хибним цілям).

4. Перш ніж перейти до розгляду масових комунікацій, варто зрозуміти найпростіші, міжособистісні та групові комунікації. Міжособистісні комунікації **за напрямом взаємодії** діляться на *вертикальні* та *горизонтальні*. В обох випадках мова йде не про службове підпорядкування або координування дій відділів, а про неформальні взаємовідносини, які визначаються не посадовими обов'язками, а більшим чи меншим особистим впливом. Отже, **вертикальна комунікація** – це взаємодія, в якому один учасник спілкується з позиції вищості (вимагає, критикує, сварить, як мінімум – докоряє, а в гіршому випадку – принижує та ображає іншого), а другий все це терпить або і сприймає як належне. Такий напрям взаємодії переважає в комунікації *авторитарних особистостей*: вони спілкуються із людьми майже виключно таким чином (принижуючись або принижуючи інших, в залежності від того, відчувають вони себе сильнішими та важливішими за співрозмовників або навпаки), – і тому якщо ми спостерігаємо, що хтось поводить до одних підлабузницьки, а до решти – по-хамськи, то можемо впевнено діагностувати саме цей тип особистості.

Натомість, **горизонтальна комунікація** – це взаємодія, в якому обидва учасники спілкуються «на рівних» (без зверхніх повчань і без випрошування жалості й поблажливості). Це доволі рідкісний напрям взаємодії, адже для нього потрібно, щоби всі його учасники були цілісними особистостями, себто такими людьми, які не прагнуть щось довести оточуючим, не намагаються виглядати краще, ніж вони є, і не боятись того, що про них подумают інші. Нагадаємо, що цілісна особистість має таку незалежність від зовнішньої оцінки тому, що при виборі своєї поведінки та при розгляді її наслідків керується не ситуативними, кон'юнктурними вигодами, а власними, свідомо створеними принципами (які заміняють йому несвідомі цінності, відсутні, як і у всіх, через нестачу досвіду або брак у суспільстві однозначних цінностей щодо цього питання).

А втім, найчастіше дорослі люди відносяться до типу *фрагментованих особистостей*, які в більшості життєвих питань мають усталену ієрархію цінностей, однак у якійсь обов'язковій, але неприємній для них сфері діяльності вони так і не визначились із ціннісними пріоритетами. Інакше кажучи, ця діяльність, – наприклад, навчання, – знаходиться в їх ієрархії цінностей на досить низькому щаблі й помітно «програє» всім іншим їхнім заняттям (вечіркам, спілкуванню з друзями, – живому і віртуальному, в соціальних мережах, – спортивним, комп'ютерним чи КВН-івським іграм, шопінгу, перегляду фільмів, їжі та сну). З огляду на саме таку побудову пріоритетів, їм було би природніше на разі або зовсім не навчатися, або робити це півгодини на тиждень, коли немає чим більше зайнятися. Проте фактично вони мусять приділяти навчанню набагато більше часу, і роблять це, підкорюючись зовнішньому тиску і пересилиючи себе кожного дня і подовгу, тобто діють всупереч власній ієрархії цінностей і тому відчувають відразу до цього процесу, але через несамостійність не створюють жодного принципу, що міг би надати осмисленості цим «мукам» і, згодом, перетворити їх на цілком прийнятну і цінну для себе діяльність.

Фрагментовані особистості дотримуються горизонтальної комунікації лише щодо обмеженого кола близьких їм осіб, спілкування із якими складається найлегшим чином і не вимагає жодних зусиль (і то лише до тих пір, поки вони не сваряться і не починають «качати права»). Зате будь-які труднощі відразу спонукають їх припинити комунікацію під приводом особистої образи, і тому роблять їх легкою здобиччю для залякування або «тиску на жалість», тобто вертикальної комунікації. А найгірше навіть не те, що вони легко переходять від горизонтальної до вертикальної комунікації або припиняють її зовсім, а те, що фрагментовані особистості підтримують комунікацію на мінімальному рівні, на рівні удаваної зацікавленості й емоційності (тоді як насправді відгороджуються від усіх «стіною байдужості»). Причому цей мінімальний рівень комунікації, хоча і формується, як правило, у колективах навчальних і службових (там, де вони виконують самопримусову, неприємну роботу, не виробляючи щодо неї власних принципів), але переноситься згодом і на сім'ю, на близьких людей, провокуючи конфлікти і взаємне відчуження.

Можна уявити собі таку картину: мати забороняє доньці зустрічатись із якимось, сумнівним на її думку хлопцем, попри те, що останній він подобається. Очевидно, що це *вертикальна*, «згори-вниз» комунікація, яка була ефективною, поки донька була дитиною, але тепер уже сприймається нею негативно. Якщо мати є авторитарною особою, то донька звично погодиться, підтримавши цю, вертикальну комунікацію і посиливши в собі соціалізовану манеру авторитарності. Якщо ж донька почне ображатися і плакати, то це, найшвидше, теж буде проявом запозиченої від батьків манери поведінки фрагментованих особистостей і вертикальної, «знизу-вгору» комунікації. Причому вертикальна комунікація завжди є насправді байдужою, адже і в цьому випадку мати не цікавилась почуттями доньки, а та, у свою чергу, не спробувала зрозуміти невдало виражені, але найкращі почуття і наміри батьків, зосередившись лише на тому, що їй чогось забороняють.

А от цілісна особистість у цьому випадку знайшла би третій шлях: не підкорялася і не сварилася б, а терпляче і наполегливо спробувала зрозуміти, що саме в її хлопці викликає у батьків занепокоєння і намагалася показати його із кращого боку, поділилася своїми почуттями і задала, аби вони їх поважали (а в питаннях самоповаги не варто поступатися, – тоді як в усіх інших можна), і зрештою досягла би компромісу, що задовольнив обидві сторони. Це і був би прояв *горизонтальної*, найбільш ефективною, але і найбільш важкою комунікації⁴⁶.

Міжособистісні комунікації існують **на трьох рівнях**, які відповідають трьом етапам розвитку **групової динаміки** (тобто – етапам формування групи). На початковому етапі, який можна умовно назвати «етапом зграї» люди лише знайомляться або, якщо така група існує довго (наприклад, лекційний потік у виші), не прагнуть познайомитися ближче, аніж «привіт – бувай». Якраз на «*етапі зграї*» існує **рівень**

⁴⁶ Більш детально про всі можливі варіанти комунікації з точки зору психології можна прочитати в кн.: Берн Э. Трансактний анализ в психотерапии: Системная индивидуальная и социальная психотерапия. Пер. с англ. - М., 2006; або – на сайті: <http://www.transactional-analysis.ru/>

мінімальної (байдужої) **комунікації**, - коли людей цікавить лише користь і можлива небезпека від оточуючих (саме цим питанням і присвячене будь-яке їх спілкування). Особливістю цієї комунікації є те, що лідерами в ній стають особи із найбільш девіантною (не такою, як у всіх) поведінкою, в силу чого ця напів-юрба виявляється схильною наслідувати найгірші, нерациональні і неконструктивні зразки поведінки.

На другому етапі групової динаміки, на етапі згуртованості, який можна ще назвати «*етапом сім'ї*» має місце **рівень емоційної** (інтенсивної) **комунікації**, - коли люди виявляють активну і щирі зацікавленість в обміні емоціями, взаємній підтримці і намаганні зробити приємне одне одному. Лідерами в цій комунікації стають особи, найбільше здатні до співчуття та емоційного контакту, а їх лідерство виявляється у створенні і підтриманні доброзичливої психологічної атмосфери у колективі. А на третьому етапі, на етапі спрацьованості, або – «*етапі команди*» розвиток групи досягає **рівня ділової комунікації**, - коли люди виявляють помірну взаємну емоційність, але найбільшу здатність підлаштувати свої дії до потреб спільної справи, тобто розумітися «із півслова», підмінити одне одного, не очікуючи прохань, якщо ситуація цього вимагає, виявляти при нагоді ініціативу і, навпаки, не сперечатись із тим, хто таку ініціативу виявив. Відповідно, лідером у цій комунікації стає особа, рішення якої спрацьована «команда» визнає найкращим у даній ситуації (тобто лідером насправді може бути кожен).

Втім, комунікації бувають не лише міжособистісні, але й групові. З огляду на це потрібно розрізнити два види груп: **формальні**, - які створюються за наказом і діють на основі формальних (юридичних, писаних) правил, а складаються із членів групи, що виконують у ній посадові ролі; тоді як **неформальні групи** об'єднуються добровільно, діють на основі спільних цінностей і складаються із членів групи, що виконують у ній соціальні ролі. Інакше кажучи, всі «офіційні», службові (навчальні) групи, в яких ми виконуємо певні обов'язки, є формальними, а всі сімейні та товариські групи (із якими ми, як правило, себе й ідентифікуємо) є неформальними. Крім того, всі можливі групи можна поділити за **складністю** – на **великі** (ті, що мають внутрішній поділ, тобто складаються із малих, а тому зв'язки між членами великої групи опосередковані ставленням «своєї» малої групи до конкретних інших малих груп) та **малі** (ті, що не мають внутрішнього поділу і складаються лише із членів своєї групи, які виконують розподілені у ній ролі і мають між собою безпосередні зв'язки).

Будь-яка **велика формальна група** складається із двох видів структури, а значить – і з двох видів комунікації: 1) **функціональна** структура, - що складається із безпосередніх зв'язків між усіма членами групи, зосереджених на єдиному керівнику, якому для досягнення ефективності у роботі необхідно підтримувати комфортні, спокійно-приятні стосунки всередині колективу, тобто – підтримувати неформальні міжособистісні комунікації (що краще виходить у жінок); 2) **лінійна** структура, - що складається із «піраміди» підпорядкованих ланок, особисті зв'язки між якими опосередковані або відсутні, а тому центральному керівнику слід підтримувати єдину для всіх виконавську дисципліну, причому робити це – неупереджено і безсторонньо, але без зайвої жалості, тобто – підтримувати формальні міжгрупові комунікації (що краще виходить у чоловіків).

У свою чергу **мала формальна група** має аж три **види структури**: 1) **формальна** структура – складається із посадових осіб, між якими службові відносини; 2) **неформальна** структура – складається із соціальних ролей, між якими емоційні (дружні або недружні) відносини; 3) **напівформальна** структура – складається із посадових осіб, між якими емоційні (дружні або недружні) відносини. Це потрібно знати, тому що члени групи в різних ситуаціях діють відповідно до того, елементами якої структури вони зараз виступають, а керівник, щоби не втратити «бразди правління», має скеровувати комунікативні процеси в усіх цих структурах. *Формальна структура* малої формальної групи базується на загальних правилах та посадових інструкціях, які мають бути сформульовані якомога точніше і, так би мовити, технологічніше, - тобто без абстрактних побажань, а з конкретними вказівками, що треба робити, в які строки і під якими стимулами (за що будуть заохочувати і за що – карати).

Неформальна структура малої формальної групи виявляється у злагодженості та взаємодопомозі, але не будь-яка згуртованість корисна для завдань трудового колективу. Якщо його члени «дружать проти» керівника і допомагають одне одному в досягненні своїх егоїстичних інтересів, то це лише шкодить виробничим цілям. Виходить, керівнику недостатньо налагодити дружні комунікації між підлеглими, треба ще пов'язати їх хороше ставлення до кожного члена групи із тим, як добре останній ставиться до роботи і наскільки прагне досягти в ній майстерності. Якщо керівнику це вдається, то його успіх виявляється не просто у згуртованості, а в автоматичному розподілі і перерозподілі групових ролей, таких як: (1) **діловий лідер** – особа, визнана найкращою за найважливішими цінностями групи, що в очах інших має беззаперечне право наказувати й карати (саме такий лідер є головним на етапі спрацьованості групи); (2) **емоційний лідер** – член групи, що найкраще вміє підтримувати міжособистісні комунікації і завдяки цьому забезпечує в ній стійку позитивну морально-психологічну атмосферу (такий лідер є головним на етапі згуртованості групи); (3) **аутсайдер** – особа, визнана найгіршою за найважливішими цінностями групи, яка критикує або смішить усіх (а якщо група іще не склалася, на «етапі зграї» така особа із девіантною поведінкою може зайняти і лідируючу у цій «напів-юрбі» позицію). Насправді в різних за масштабом і родом діяльності групах буває набагато ширший набір ролей (зокрема – ролей ситуативного лідера, «цапа-відбувайла», активістів, інертних), але для розуміння внутрішньої взаємодії достатньо знати три основні, без яких не може існувати жодна стабільна група.

Що ж до *напівформальної структури*, то вона виявляється або у використанні службової «напів-дружби» та «сімейності» для досягнення егоїстичних цілей учасників (що в нашій країні називається «куміством» і «блатом», а в науці – **непотизмом**), або у створенні справжньої «фірми-сім'ї», справді дружніх і сімейних відносин між робітниками (що в науці називається **патерналізмом**), щирісердно й активно дбаючи про підлеглих і отримуючи від них таке ж прагнення допомогти фірмі (за прикладом японської фірми-сім'ї). Перший варіант напівформальної структури (*непотизм*, націлений на особисті інтереси учасників) виникає сам собою, а другий (*патерналізм*, націлений на спільні інтереси організації) вимагає тривалого «виращування» взаємної довіри і турботи у фірмі (і, фактично, означає досягнення *стратегічної мети PR-розвитку*).

5. Соціальні девіації – це термін, що описує велике коло індивідуальних і групових поведінкових відхилень, значна поширеність яких означає, що їх причина полягає не у психологічних особливостях окремих людей, а у структурних порушеннях усього суспільства. До соціальних девіацій належать адикції, соціальний паразитизм та злочинність⁴⁷. Зокрема, **адикції** – це психологічні залежності від виконання якихось дій, зокрема – від споживання певних речовин, які можуть бути *хімічні*: від тютюну, алкоголю та наркотиків, - та *нехімічні*: від їжі (переїдання та нав'язливе голодування, аж до анорексії), від шопінгу та азартних ігор, від роботи (трудоголізм), від браку вільного часу

⁴⁷ Див.: Майсак Н.В. Матрица социальных девиаций: классификация типов и видов девиантного поведения // Современные проблемы науки и образования. – 2010. – № 4 – С. 78-86. - Режим доступа: <http://www.science-education.ru/92-4505> ; Соціологія: підручник / М.П.Требін, В.Д.Воднік, Г.П.Клімова та ін.; за ред. М.П.Требіна. - Х.: Право, 2010. - 224 с. (Розділ 8). - Режим доступа: <http://uristinfo.net/uchebnye-materialy/277-sotsiologija--za-red-mp-trebina-/8759-rozdil-8-sotsiologija-sotsialnih-vidhilen-deviantnoyi-povedinki.html?start=3>

(т.зв. ургентна адикція, хворобливий перфекціонізм і «духовний пошук»), від міжособистісних відносин (комунікаційні, любовні і групотерапевтичні адикції) та від турботи про власну зовнішність і здоров'я. Адикції, - а тим більше нехімічні, - можуть здаватися цілком невинним явищем, чимось на кшталт хобі, однак справжня їх суть – це «втеча від реальності», від проблем, які людина не намагається вирішити, а значить – і від власного та суспільного розвитку. А отже шкідливість адикцій – у соціальній пасивності, апатії та деградації як окремих людей, так і всього суспільства, якщо таких людей стає багато (протилежне цій деградації явище називається «пасіонарність», і про обидва ці явища можна прочитати багато цікавого у Л.Гумільова і його послідовників).

Втім, адикції лише частково відволікають від суспільства, роблячи людину неефективною в усіх її спланованих діях і перетворюючи її на легку жертву ідеологічного та аферистського обману (що є вельми поширеним у нашій країні), тоді як соціальний паразитизм відриває від суспільства повністю, нерідко роблячи повернення назад неможливим. **Соціальний паразитизм** – це спосіб життя, коли людина добровільно (не вимушено) відмовляється від участі у суспільному житті та обміні послугами, не створює матеріальних, організаційних та духовних цінностей, а отже і не приносить жодної користі (бодай – моральної), але отримує від суспільства певні засоби для життя, живучи, тим самим, за рахунок інших. Виявляється соціальний паразитизм у жебракуванні, бродяжництві та утриманстві (коли працездатна, доросла людина живе «на шиї» у батьків, жінки або інших людей). У цього явища можуть бути індивідуально-психологічні чинники, як-от патологічне невміння сконцентруватись і працювати систематично, затяжна депресія, або якісь особисті обставини, що підштовхнули до цього способу життя, та все одно зважається на цей крок людина добровільним, більш чи менш свідомим рішенням, а отже ніякі «об'єктивні причини» тут не можуть слугувати виправданням.

Варто наголосити, що до явища соціального паразитизму жодним чином не відносяться діти, непрацездатні особи та безробітні, що намагаються працевлаштуватись, тобто ті, хто вимушено живуть за рахунок інших і допомога яким приносить, як мінімум, моральну користь суспільству, тобто робить його більш цивілізованим і гуманним. Навіть так звані «бомжі», які на звалищах і смітниках вишукують собі якісь засоби для існування, виконують, тим самим, *утилізаційну функцію* і не можуть вважатися «паразитами». Натомість, ті, хто хоча би й такої користі не приносить, створює не тільки відомий в економіці «ефект безбілетника», але й деморалізуючий ефекти у сфері суспільної психології (зокрема по відношенню до мотивації досягнень у навчанні та роботі, що особливо помітно у місцях компактного проживання людей із етнічними чи люмпенськими традиціями соціального паразитизму).

Що ж до такої соціальної девіації, як злочинність, то її негативний вплив зовсім не потребує пояснень. Однак менш ясно те, що вона виконує також і позитивну функцію (хоча, як ми вже казали, негативних функцій у системі взагалі не буває, - кожен елемент приносить якусь користь). А втім, давайте спершу вяснимо, що таке «злочин». Визначити це не так просто, як здається. **Злочинність** – це певна категорія дій, організаційних форм і традицій, які порушують усталені у суспільстві писані норми поведінки (закони). Однак чи будь-який закон можна вважати безумовно правильним, а його порушення – неприпустимим? Очевидно, що ні. А ще важливіше те, що навіть коли закон у принципі є правильним, він може занадто високо піднімати планку того, що вважається порушенням, а відтак злочином стають навіть ті дії, які є звичайними для суспільства і не засуджуються ним. Через це «злочинцями» стають пересічні, законослухняні громадяни, яким важко і, в загальній масі, неможливо уникнути подібних порушень. Негативними наслідками цієї надмірної суворості законів стають, з одного боку, неможливість виловити і покарати всіх злочинців (інакше довелося б ув'язнити більшу частину суспільства), а отже і примирливе ставлення правоохоронців до злочинів, а з іншого боку, співчуття суспільства до порушників і презирливе ставлення до закону (який, за фактом, не виконується).

Як зауважив колись М.Салтиков-Щедрін, «суворість російських законів компенсується необов'язковістю їх виконання». І найгірше те, що надмірно суворі закони заганяють у «тінь», у підпілля всі ті процеси, які вони нібито забороняють, але об'єктивно не можуть припинити. А в результаті ці процеси стають просто некерованими і нецивілізованими, кинутими державою напризволяще, а точніше – на відкуп злочинцям. Можна зробити висновок, що будь-яка масова діяльність (тобто дії не одиниць, а тисяч людей і впродовж тривалого часу), цілковито заборонена державою, замість того, щоби ввести в ній конкретні дозволяючі й обмежуючі правила, - це прояв управлінського безсилля (професійної некваліфікованості й інтелектуальної нерозвинутості). А насправді можна легалізувати (тобто вивести із «тіні» та регламентувати) фактично будь-що, крім якихось нелюдських, патологічних вчинків, до яких схильні одиниці, а всі інші засуджують, - і тому їх можна і заборонити, і виловити всіх винуватців.

Більше того, реальна практика показує, що можна і навіть вигідно легалізувати легкі наркотики, проституцію, хабарі, якщо запровадити чіткі рамки дозволеного, - котрі передбачали би, що людей, які не виходять за ці рамки не будуть, принаймні, дурити, у них буде захист. І рамки ці мають дозволяти робити за правилами те, що робить переважна більшість учасників цих дій (якщо їх багато), а решта, яка хоче більшого і гіршого, буде вважатися злочинцями, від яких усі відвернуться і яких буде нескладно знайти і покарати (забезпечивши авторитет закону). Тобто межа дозволеного має визначатися у законах таким чином, щоби переважна більшість людей не об'являлася порушниками. Наприклад, якщо в нашій країні прийнято дякувати керівнику навіть за просте виконання його обов'язків, доповнюючи подяку обов'язковим «підношенням», то не варто все це оголошувати хабарами, а треба визначити межу, з якої у цих діях починається хабар, і визначити її такими розмірами, до яких більшість зазначених «підношень» у своїй вартості не доходять і які даються лише крупним чиновникам (котрі і є справжніми корупціонерами, що становлять загрозу державі).

Як бачимо, те, що закон оголошує злочином, не завжди є справді шкідливим і неприпустимим явищем, - іноді це прояв невміння держави регламентувати певні суспільні процеси й управляти ними із загальною користю. Як правило, це відбувається із новими й незвичними для керівництва процесами, а отже така «злочинність» або, беручи ширше, такі соціальні девіації виконують свого роду *інноваційну функцію* (про яку ще в 1893 році писав Е.Дюркгейм у роботі «Про суспільний поділ праці»): вони готують і навіть стимулюють деякі суспільні зміни, сигналізують державі про їх необхідність і змушують дослідним шляхом вясняти, як із ними вправлятися. А от якщо держава навчиться правильно реагувати на необхідні зміни у конкретній сфері, то зовсім незначна, залишкова злочинність буде вже виконувати функцію негативного прикладу, тобто показуватиме суспільству, як не треба себе вести і що буває з порушниками.

А крім того, соціальні девіації (включно із злочинністю) – це певна «віддушина», простір безмежної свободи для людей, які в силу індивідуальних причин не зуміли «вписатися» в існуюче суспільство; і будь-яка відкрита (не штучна) система залишає у себе такий простір, - як для збереження можливості «мутацій» (що, власне, і є інноваційною функцією), так і для того, щоби адаптувати й інтегрувати в себе нові елементи (що є *соціалізаційною функцією*, яка, зрештою, перетворює навіть затятих злочинців на добropорядних громадян). І навіть якщо взяти таку крайню форму соціальної девіації, як організовану злочинність, яку ЗМІ найчастіше демонізують, то і вона виконує необхідну для суспільства *замісну функцію*, тобто функцію ерзац-замінника державного регулювання, відсутнього у якійсь сфері: вона уберігає від розгулу вуличної злочинності (від так званого «беспределу») і надає послуги, на які є попит, але немає офіційної пропозиції. Втім, робить це мафія аж ніяк не чесним і справедливим чином, і саме тому є не повноцінним, а ерзац-замінником (наприклад, рекет зменшує конкуренцію та підтримує монополію, тоді як державне регулювання мало би робити прямо протилежне).

Виявивши *функції*, давайте спробуємо визначити ще й *причини* злочинності. Однак тут ми відразу заходимо у глухий кут: злочинність існувала завжди (можливо, за винятком первісного суспільства), а у такого, вічного явища неможливо знайти якусь конкретну причину, - так само, як не можна сказати, що було першим – курка чи яйце, або визначити, хто кого живить – серце легені чи легені – серце. Так відбувається тому, що це система, і в ній кожен елемент є причиною існування всіх інших, а вони – його. Тобто, якщо брати злочинність узагалі, то у цього штучного, абстрактно-узагальнюючого утворення немає і не може бути причини, тоді як у конкретного масового явища, наприклад, у локального росту злочинності причини знайти можна і потрібно.

І першою із причин є пояснювана нижче **аномія**, тобто поширена у суспільстві готовність порушувати будь-які приписи та розпорядження. Натомість другою причиною є також описана вже **надмірна суворість законів**, що витискує у сферу протиправної діяльності велике число громадян, наміри яких початково не були зловмисними. А третьою причиною є **психологічне зараження девіантністю** через спостереження за протиправною поведінкою (зокрема – хуліганською або обговорюваною у ЗМІ корупційною) та її наслідками (зокрема – розбитими вікнами, розмальованими стінами та уявною чи справжньою бідністю)⁴⁸, - що, по суті, є проявом соціалізаційного впливу кримінальної субкультури. А значить для подолання таких спалахів слід усувати ціннісні й організаційні причини аномії та переглядати закони у бік їх більшої відповідності поведінковим звичкам і наявній правосвідомості мас.

Визначення ключових термінів теми №2:

Зв'язки з громадськістю – це організаційна структура і діяльність по налагодженню взаєморозуміння та співробітництва між центром зосередження якихось політичних, економічних або інформаційних ресурсів та залежними від його діяльності масами. (Т.2, п.1)

Розвиток зв'язків із громадськістю має (1)**тактичною метою** (яка, фактично, ще не є PR-розвитком) досягти максимальної **відкритості та прозорості** у діяльності такого центру (що дає **когнітивний ефект** у вигляді розуміння населенням його сенсу для себе та згоди з його цілями і методами, а також усвідомлення його керівництвом допустимих у своїй діяльності меж, встановлюваних громадською думкою населення), досягти **компромісу між мотивами одної сторони та потребами і цінностями другої**, а відтак і **взаємно-доброзичливого ставлення** обох сторін (що в психології називається емоційним контактом і що є **емоційним ефектом** PR-діяльності) та **практичної взаємодопомоги** сторін (**поведінковий ефект**, що виявляється не просто у споживанні певних послуг центру чи виконанні його вимог, а й у намаганні допомогти удосконаленню цих вимог і послуг задля якоїсь спільної мети).

Проте для досягнення справжньої щирості у порозумінні та співробітництві, необхідно PR-діяльність націлювати водночас і на (2)**стратегічну мету** досягти якомога ширшої та якомога тривалішої **залученості**, інтегрованості населення у сферу діяльності даного центру: у політиці це називається вищим рівнем легітимності, в економіці – відданістю бренду, а в інформаційній сфері – авторитетом суб'єкта. Досягнення стратегічної мети виявляється у тих же трьох *ефектах*, але у більш стійкій їх формі, яка є наслідком справжнього, систематичного й тривалого PR-розвитку і яка не залежить від коливань настроїв чи безперервності впливу: **когнітивний ефект** виявляється у переконаній гордості обох сторін за свою приналежність до єдиного цілого (тобто у *раціональному аспекті взаємної ідентифікації*); **емоційний ефект** – у почутті взаємної прихильності та лояльності обох сторін (тобто в *емоційному аспекті взаємної ідентифікації*); а **поведінковий ефект** виявляється у якійсь *практичній взаємодії, спільній діяльності, вигідній обом сторонам* (яку і мають винайти й організувати піарники).

Емоційний ефект PR-впливу на маси може бути лише **двох видів**: (а)**позитивний** (схвалення та ентузіазм або, хоча би, примирення із суб'єктом), який стимулює до *конструктивної діяльності*, або (б)**негативний** (швидкоплинне засліплення обіцянками, що обертається розчаруванням, зневірою і накопиченням напруги), який стимулює до *деструктивної діяльності*, що стає шкідливою суб'єкту PR-розвитку і коли вона виявляється у відвертій ворожості, і коли – у бездушній, апатичній роботі.

Поведінковий ефект PR-розвитку може виявлятися **двома** протилежними **способами**: (а) у **конструктивній діяльності** щодо суб'єкту (у співробітництві населення або, принаймні, у дисциплінованості поведінки щодо нього) або (б) у **деструктивній поведінці** щодо цього суб'єкту та й щодо усіх інших).

Когнітивний ефект PR-розвитку може бути двояким: (а)**позитивним** (згода із діяльністю суб'єкта, або, принаймні, розуміння її необхідності) або (б)**негативним** (заплутаність, розгубленість, нерозуміння, у що можна вірити, і агресивна напруга від дезорієнтованості).

Яким повинен бути оптимальний PR-ефект? PR-ефект має бути емоційно заспокоїливим, роз'яснювальним (когнітивно), і тим самим – мобілізуючим на конструктивну діяльність щодо суб'єкту PR-розвитку і щодо всіх інших (а не критиканським, тобто паразитуючим на схильності мас до переповідання чуток і скандалів, - адже це, зрештою, встановлює атмосферу загальної недовіри, яка протидіє будь-якій PR-діяльності).

Чому, з точки зору PR-розвитку, виникають конфлікти? Конфлікти виникають передовсім тому, що між учасниками не вистачає прямої й ефективної комунікації, - вони не чують і не розуміють одне одного, підозрюють іншого в тому, що він не збирався робити, а потім – через ескалацію звинувачень і підозрливості – починають самі схилитися до дій, які вони «передбачали» з боку суперника.

Виховання – це (1)свідомий процес, націлений на формування (2)окремих, ситуативних звичок поведінки (3)методом примусу. **Ліберальне виховання** – таке, що застосовує мінімальні покарання і максимальні заохочення, і цим найбільше сприяє особистісному самовияву. **Авторитарне виховання** – таке, що обмежує дитину чіткою системою задалегідь обговорених правил, і неухильно застосовує санкції за порушення цих правил, що формує дисциплінованість та самостійність. **Репресивне виховання** – таке, що здійснюється без системи і не формує у дитини уявлень про обмеження, а лише про залежність від волі вихователя, який сам порушує власні правила. (Т.2, п.2)

Соціалізація – це процес несвідомого копіювання цілісної манери поведінки (*норм та цінностей*) тієї групи, із якою людина себе ідентифікує.

Ідентифікація – це несвідомий відбір певного кола осіб, яких людина вважає «своїми» і на яких вона рівняється й уподібнюється, тобто орієнтує свою поведінку на їх норми та цінності. **Три види ідентифікації**: (1)на першому етапі розвитку, поки людина не стала особистістю, вона не розрізняє «добрих» і «поганих» та ідентифікує себе із усіма навкруги (**тотальна ідентифікація**); (2)на другому етапі, сформована вже особистість ідентифікує себе із однією групою (**групова ідентифікація**); а (3)на третьому етапі цілісна особистість ідентифікує себе із власною ієрархією цінностей і принципів, а отже найменше залежить у своїй поведінці від думки оточення (**самоідентифікація**).

Особистість – це людина, яка діє послідовно і системно, оскільки декілька її дитячих ієрархій норм та цінностей склалися в одну, несуперечливу ієрархію. **Фрагментована особистість** – це людина, в якій єдина ієрархія цінностей склалася щодо більшості типів для

⁴⁸ Гладуэлл М. Переломный момент. Как незначительные изменения приводят к глобальным переменам. - М., 2006. - 400 С., с.118. (див. Гл.4 тут: <http://e-reading.ws/book.php?book=141667>)

неї обставин життя, але щодо інших, не менш важливих, але неприємних обставин – не склалася (через брак самостійних рішень), що виявляється у тривалих коливаннях у прийнятті рішень. (Т.2, п.3)

Первинні норми та цінності – це соціалізовані без зовнішнього тиску базові критерії вибору у важливих життєвих ситуаціях. **Вторинні цінності** – такі, що нав'язані ззовні, суперечать первинним і засвоюються на угоду оточенню, а тому є, скоріше, упередженнями.

Вчинки – це дії особи, що заради збереження її первинних норм і цінностей свідомо порушують традиції важливого для неї оточення, а отже вимагають від неї зусиль для подолання внутрішніх слабкостей і для протидії тиску її соціального середовища. Натомість, **дії** – це поведінкові акти людини, які є для неї психологічно найпростішими, оскільки вони не розходяться радикально із традиціями оточення і не вимагають ні роздумів, ні відчуття відповідальності, ні вольових зусиль для того, щоб на них наважитись. **Референтні особи** – це люди, чий приклад здійснення вчинків допомагає людині у ситуації, що вимагає подібного вчинку від неї.

Авторитарна особистість – така, що внаслідок репресивного виховання сформувалася на основі надто неповної ієрархії первинних норм і цінностей, а тому їй не вистачає критеріїв вибору щодо більшості життєвих обставин і водночас бракує почуття власної гідності і впевненості для свідомого прийняття рішень та вироблення принципів, в силу чого вона остаточно відмовляється від будь-яких прагнень до самостійності та цілковито підкорюється тим, кого боїться (і принижує тих, кого не боїться).

Особистий принцип – це свідомо сформульовані для себе правила (що виводяться в якості «уроку» із кожної невдачі), які мають виконуватись завдяки вольовому самопримусу всупереч власним слабостям чи тиску оточення, - аж поки не стануть індивідуальними звичками, - і які покликані замінити, компенсувати забраклі фрагменти єдиної (але неповної) ієрархії норм і цінностей.

Цілісна (самоактуалізована) особистість – це людина, у якої - завдяки ліберальному вихованню та виробленню особистих принципів - ієрархія норм та цінностей склалася повністю, стала завершеною системою, внаслідок чого основною мотивацією людини стає прагнення до творчої самореалізації та саморозвитку.

Міжособистісні комунікації **за напрямом взаємодії** діляться на: (1)**вертикальні комунікації** – це взаємодія, в якому один учасник спілкується з позиції вищості, а другий терпить це або сприймає як належне (переважає у *авторитарних особистостях*), та (2)**горизонтальні комунікації** – доволі рідкісна взаємодія, в якому обидва учасники спілкуються «на рівних» (без зверхніх повчань і без випрошування жалості й поблажливості, що характерно для *цілісних особистостей*). Можливе також їх поєднання, коли із добре знайомими й доброзичливо налаштованими людьми *фрагментовані особистості* спілкуються «горизонтально», але з усіма, з ким у розмові виникають труднощі, починають створювати вертикальні комунікації образ та звинувачень. (Т.2, п.4)

Міжособистісні комунікації існують **на трьох рівнях**, які відповідають трьом етапам розвитку **групової динаміки** (тобто – етапам формування групи): (1)на етапі «зграї» люди взаємодіють на рівні поверхового знайомства, що і є **рівнем мінімальної** (байдужої) **комунікації**, - коли людей цікавить лише користь і можлива небезпека з боку інших, а лідерами в ній стають особи із найбільш *девіантною* (не такою, як у всіх) поведінкою, в силу чого ця напів-юрба більше всього схильна до конфліктної поведінки; (2)на етапі згуртованості (або – «*сім'ї*») має місце **рівень емоційної** (інтенсивної) **комунікації**, - коли люди виявляють активну і щирі зацікавленість в обміні емоціями, взаємній підтримці і намаганні зробити приємне одне одному, а на провідних ролях є *емоційні лідери*; (3)на етапі спрацьованості (або – «*команди*») розвиток групи досягає **рівня ділової комунікації**, - коли люди виявляють помірну взаємну емоційність, але найбільшу здатність підлаштувати свої дії до потреб спільної справи, тобто розумітися «із півслова», підмінити одне одного, виявляти при необхідності ініціативу і, навпаки, не сперечатись із тим, хто таку ініціативу виявив (і став *діловим лідером*).

Потрібно розрізнити два види груп: **формальні**, - які створюються за наказом і діють на основі формальних правил, а складаються із членів групи, що виконують у ній посадові обов'язки; тоді як **неформальні групи** об'єднуються добровільно, діють на основі спільних цінностей і складаються із членів групи, що виконують у ній соціальні ролі. Також групи можна поділити *за складністю* – на **великі** (ті, що мають внутрішній поділ, тобто складаються із малих, кожна зі своїми традиціями або правилами) та **малі** (ті, що не мають внутрішнього поділу і складаються лише із членів своєї групи, які виконують розподілені у ній ролі і мають між собою особисті зв'язки).

Будь-яка **велика формальна група** складається із двох видів структур, а значить – і з двох видів комунікації: (1)**функціональних** структур у малих робочих колективах, в яких між усіма членами групи безпосередні зв'язки, зосереджені на єдиному керівнику, якому для досягнення ефективності у роботі необхідно підтримувати комфортні, спокійно-приятні стосунки всередині колективу (тобто – підтримувати неформальні міжособистісні комунікації, що краще виходить у жінок); (2)єдина **лінійна** структура, - що складається із «піраміди» підпорядкованих ланок, особисті зв'язки між якими майже відсутні, а тому центральному керівнику слід підтримувати єдину для всіх виконавську дисципліну, причому робити це неупереджено і без зайвої жалості (тобто – підтримувати формальні міжгрупові комунікації, що краще виходить у чоловіків).

У свою чергу **мала формальна група** має аж три **види структури**: (1)**формальна** структура – складається із посадових осіб, між якими службові відносини (для покращення яких треба уточнити правила); (2)**неформальна** структура – складається із соціальних ролей, між якими емоційні відносини (котрі слід зробити максимально дружніми); (3)**напівформальна** структура – складається із посадових осіб, між якими емоційні (дружні або недружні) відносини.

Неформальна структура складається із таких соціальних ролей: (1)**діловий лідер** – особа, визнана найкращою за найважливішими цінностями групи, котра в очах інших має беззаперечне право наказувати й карати (наявність таких лідерів означає досягнення групою спрацьованості); (2)**емоційний лідер** – член групи, що найкраще вміє підтримувати міжособистісні комунікації і завдяки цьому забезпечує в ній стійку позитивну морально-психологічну атмосферу (такий лідер є головним на етапі згуртованості групи); (3)**аутсайдер** – особа, визнана найгіршою за найважливішими цінностями групи, яка критикує або смішить усіх (а на етапі «зграї» може на якийсь час зайняти лідируючу позицію).

Напівформальна структура виявляється: або (1)у використанні «кумівства» і «блату» для досягнення егоїстичних цілей учасників (що називається – **непотизмом**), або (2)у створенні справжньої «фірми-сім'ї» та інтенсивних міжособистісних комунікацій шляхом щирого й уважного піклування про підлеглих та отримуючи навзаєм таке ж прагнення допомоги фірмі ідеями і ділами. Перший варіант напівформальної структури (*непотизм*, націлений на особисті інтереси учасників) виникає сам собою, а другий (**патерналізм**, націлений на спільні інтереси організації) вимагає тривалого «вироснування» взаємної довіри і турботи у фірмі.

Соціальні девіації – це термін, що описує велике коло індивідуальних і групових поведінкових відхилень, значна поширеність яких означає, що їх причина полягає у структурних порушеннях усього суспільства. До соціальних девіацій належать **адикції** (психологічні залежності від виконання якихось дій, зокрема – від споживання *хімічних* та *нехімічних* речовин, від браку вільного часу, від міжособистісних відносин та від турботи про власну зовнішність і здоров'я), **соціальний паразитизм** (спосіб життя, коли людина добровільно відмовляється від участі у суспільному житті та обміні послугами, не створюючи матеріальних, організаційних та духовних цінностей, але отримуючи від суспільства певні засоби для життя) та **злочинність** (певна категорія дій, організаційних форм і традицій, які порушують усталені у суспільстві писані норми поведінки). (Т.2, п.5)

Соціальні девіації виконують свого роду *інноваційну функцію* (готують і навіть стимулюють деякі суспільні зміни, сигналізують державі про їх необхідність і змушують дослідним шляхом вияснити, як із ними вправлятися), *соціалізаційну функцію* (будь-яка девіантна група створює свої традиції, що допомагають адаптувати й інтегрувати несумісні із системою, нові елементи, які, зрештою, знаходять у ній своє місце і функцію) та *замісну функцію* (тобто функцію ерзац-замінника державного регулювання, відсутнього у якійсь суспільній сфері).

Як має визначатися правова межа законності (та злочинності)? Межа дозволеного має визначатися у законах таким чином, щоби переважна більшість людей не об'являлася порушниками.

Причини конкретного спалаху злочинності – це: (1)ріст **аномії**, тобто поширення у суспільстві готовності порушувати будь-які приписи та розпорядження; (2)**надмірна суворість законів**, які оголошують злочинцями і тим витискує у сферу протиправної діяльності велике число громадян, наміри яких початково не були зловмисними; та (3)**психологічне зараження девіантністю** через спостереження за протиправною поведінкою та її наслідками. Це означає, що для подолання таких спалахів слід усувати ціннісні й організаційні причини аномії, наочні прояви девіантної поведінки та переглядати закони у бік їх більшої відповідності поведінковим звичкам і наявній правосвідомості мас.

Тема 3. Якісні методи соціологічних досліджень. Системність

1. Методи проведення фокус-груп та інтерв'ю.
2. Напрямки застосування та технологія проведення контент-аналізу та експерименту.
3. Каузальні пояснення. Причини та чинники. Функціональні пояснення.
4. Системність: функціональність соціальних відхилень та закономірність їх відтворення системою.

1. *Соціологічне інтерв'ю* відрізняється від анкетування тим, що воно не масове, а індивідуальне, обов'язково усне (оскільки дослідників цікавить жива й безпосередня реакція опитуваного, зокрема й розповідь про те, чого вони не передбачали), проводиться не з пересічними працівниками чи жителями, а з їх керівниками, а головне – стосується не загальних настроїв та пререференцій, але конкретних деталей організації та управління даною сферою, стимулювання роботи та проблем, із якими стикається керівництво. Тому запитань у ньому багато (100-200) і треба завчасно домовлятися й налаштувати співрозмовника на півтора- або двогодинну бесіду. Інтерв'ю може бути стандартизованим (із детально розробленим опитувальником та інструкцією для інтерв'юера), яке використовується для порівняння відповідей різних експертів, і нестандартизованим (без заздалегідь підготовленого плану і сформульованих питань), імпровізаційність якого вимагає неабиякої майстерності і застосовується на стадії розвідувального дослідження.

Можливий і варіант напівстандартизованого інтерв'ю, в якому здебільшого передбачений лише список основних питань і частково їх порядок, а отримувана інформація служить для формулювання гіпотез, виявлення соціальних проблем, що підлягають далі більш систематичного аналізу. Напівстандартизоване інтерв'ю передбачає в кожному з тематичних блоків перелік тих моментів, щодо яких має бути отримана інформація. Інтерв'юер повинен вміти в ході бесіди задавати питання, які цікавлять його в даному дослідженні, але робити це так, щоб вони не порушували загального ходу бесіди, а органічно, природно вписувалися в розповідь як уточнення. Якщо це не вдається зробити, то переривати хід бесіди не потрібно, а краще повернутися до питання, що цікавить в кінці інтерв'ю. Пряме спілкування із респондентом і психологічні відносини, що виникають у ході проведення інтерв'ю, створюють чимало переваг для отримання інформації, що є малодоступним при використанні більш регламентованого інтерв'ю. Правда, ці ж переваги обертаються часом новими труднощами, одна з яких у тому, що інтерв'юер у ході вільної бесіди робить певний вплив на респондента, а відповідно і на його думки та відповіді.

Фокус-група є суб'єктивним методом дослідження. Суб'єктивність тут має місце як з боку опитуваних (яка в кількісних методах КСД згладжується чисельністю респондентів та репрезентативністю вибірки), так і з боку дослідників (яким треба правильно витлумачити настрої, що стоять за висловленими думками, та причини цих настроїв). Суб'єктивність опитуваних почасти компенсується розмаїттям думок (яку модератор повинен стимулювати) та їх взаємним узгодженням (у масштабі всієї фокус-групи чи дискутуючих її частин) до рівня найбільш типових, а тому і найбільш авторитетних у даної аудиторії думок. Від суб'єктивності ж дослідників може врятувати лише розуміння цінностей даної категорії опитуваних (які є доволі сталою характеристикою і можуть бути відомі завчасно) та їх настроїв (які треба вміти виявити, навіть якщо люди не прагнуть ними ділитися).

Втім, є і переваги цього методу, адже у груповому обговоренні респондент включений у спілкування із собі подібними (до яких він мимоволі відчуває довіру), і тому психологічні бар'єри, що зазвичай розділяють інтерв'юера та респондента у соціологічному опитуванні або в індивідуальному інтерв'ю, здебільшого знімаються, а емоційні реакції стають більш помітними. Учасників фокус-групи «фокусують» на питаннях, що цікавлять дослідників, із метою отримати неочевидну навіть для самого учасника або приховану від інших інформацію⁴⁹.

Можна виділити деякі головні цілі застосування методу фокус-груп:

- генерування ідей та відбір робочих гіпотез для кількісних досліджень;
- вивчення сприйняття нового продукту, організації чи політика та можливого «попиту» на них (що здійснюється як у політичному, так і в економічному маркетингу);
- вивчення емоційної та поведінкової реакції на певні продукти, бренди та іміджеві характеристики, або взагалі – поведінки окремих суспільних груп;
- генерування ідей, направлених на покращення брендових та іміджевих характеристик;
- вивчення лексики даної категорії населення, корисного для просування продукту, організації чи політика на ринку відповідних послуг, проведення рекламної кампанії, проведення опитувань тощо;
- інтерпретація незрозумілих результатів кількісних досліджень.

Проведення фокус-групи має відбуватись у приміщенні, що спеціально обладнане інформаційними, агітаційними або рекламними матеріалами (наочними або роздатковими) та налаштовує на обговорення потрібних тем. Фокус-група триває півтори-дві години, тобто не довше того часу, поки зберігається дискусійний настрій і мотивація для зацікавленого та щирого (по можливості) обговорення.

Оптимальний розмір фокус-групи коливається від 8 до 12 учасників. Це обумовлено тим, що при меншій кількості учасники будуть схильні погоджуватись одне з одним і гору тут візьме думка найбільш упевненого серед них, а отже в дискусії не буде динаміки і мотивації, яку породжує природне прагнення сперечатись, і модератору доведеться прикладати багато зусиль для активізації роботи групи. Взагалі,

⁴⁹ Див. повніше про цей метод: Белановский С.А. Метод фокус-груп. - М., 1996. - 272 с. (<http://www.marketing.spb.ru/lib-research/focus/belanovsky/>)

закономірність така, що чим меншою є група, тим імовірніше отримання справді глибокої, мотиваційної інформації (завдяки кваліфікованим і наполегливим діям модератора), а чим більшою є група, тим вища імовірність генерування великої, порівняно більшої кількості ідей. Отже, тут доводиться обирати між якістю (мотиваційною глибиною) та кількістю відповідей. У ці групи зазвичай відбирають тих, кого можна вважати більш-менш експертами з обговорюваних питань і водночас – людей із близьких, але не однакових вікових, освітніх, статевих, професійних та інших категорій (але не статусів, - щоб учасники не ніяковіли від присутності нерівних собі людей), причому – саме тих категорій, що помітно впливають на розходження (розподіл) думок із обговорюваного питання.

Таким чином, різниця у віку та освіті повинна бути, але не надто великою, інакше вона із кількісної перетворюється на якісну відмінність у статусі і змушує людей дивитись одне на одного зверху-вниз або навпаки, а це робить неможливим їх рівне спілкування, необхідне для щирої дискусії (адже, як кажуть, сперечатися можна лише з однимумцями). Як показали численні експерименти, чим більш однорідною у соціальному та інтелектуальному статусі є група, тим більш продуктивно вона працює. У тих випадках, коли члени групи явно відмінні за своїм соціальним становищем, розумовими здібностями та рівнем освіти, результати інтерв'ю погіршуються. Респонденти, що належать до різних соціальних верств, схильні зневажати досвід як вищих, так і нижчих від себе, а тому швидко відключаються від дискусії або виявляють нетерпіння, коли говорять не рівні з ними. А респонденти із більш низьким соціальним статусом або освітою почувають себе скуто, зокрема тому, що їм важко конкурувати з освіченішими людьми у здатності формулювати свої думки. Із вікових груп вельми специфічною є підлітки до 18 років та молодь від 18 до 25 років, які в ході дискусії погано співпрацюють зі старшими віками, провокуючи напругу й небажання порозумітися. Чим менший середній вік учасників обговорення, тим більшого значення набуває фактор диференціації за віком, і для осіб молодше 18 років допустимий віковий інтервал становить 1-2 роки.

Сценарій (гайд) фокус-групових дискусій звичайно вибудовується за такою схемою. По-перше, він передбачає коротку, але змістовну вступну промову модератора, в якій пояснюється причина даних зборів, тема дискусії, її основна мета і завдання, контекст її бажаного обговорення, тобто той аспект проблеми, на якому слід сфокусувати увагу всім учасникам дискусії. Крім того, ведучий зобов'язаний у вступному слові: (1) установити правила проведення засідання (вислухувати кожного виступаючого до кінця, не перебивати його промови, задавати йому запитання тільки після завершення виступу, говорити все, що хочеться, не боячись помилитися, не допускати образливих зауважень на адресу один одного тощо); (2) мотивувати учасників на активне висловлення і відстоювання своєї думки, підкреслити необхідність вирішення обговорюваної проблеми для учасників фокус-групи, створити довірчу атмосферу в групі.

Що ж до логіки висвітлення теми, то в дедуктивному варіанті дискусія може бути розпочата із найбільш широкою теми (наприклад, із обговорення всієї товарної категорії чи політичної ситуації в цілому), а потім тематика поступово звужується, переходячи безпосередньо до питань якостей конкретного продукту, організації чи політика. Такий тип структуривання називається «прямою воронкою» або прямою послідовністю тем. Інший варіант полягає у тому, щоби почати відразу із обговорення конкретних об'єктів та їх оцінок, а потім переходити на суміжні теми, розширюючи рамки дискусії і завершуючи її максимальними узагальненнями. Цей тип структуривання носить назву «зворотної воронки» або зворотної послідовності. З точки зору досягнення мети дослідження обидва методи є однаково правомірними, а тому вибір одного з них диктується скоріше намаганням не відкривати відразу мету обговорення і починати із менш значимих (для замовника і дослідників) питань.

Доцільно використовувати і так звані проєктивні методики (які не ставлять запитань прямо і не дають можливості зрозуміти, що саме хочуть дізнатись дослідники), такі як «словесні асоціації», «незакінчені пропозиції», «фантастичні ситуації», «гіпотетичні сценарії», «задані порівняння» та інші. Проєктивні методики дозволяють виявляти латентні (приховані) характеристики споживчої чи електоральної поведінки, преференцій та невербалізованих емоцій. Подібним же чином діють і інші якісні методики: рольова (ділова) гра, приховані питання, опис поведінки, протилежної власній і т.д.

Бажано формулювати запитання для обговорення таким чином, аби вони зачіпали «за живе» всіх учасників дискусії, стимулювали їх активність. Після установлення всього спектра думок у ході обговорення, модератор підбиває попередній підсумок і ставить на обговорення друге запитання. Може бути так, що обговорення першого питання ще не призводить до гострої дискусії. Тому друге питання слід формулювати з метою загострення зіткнення думок, але так, щоби не порушити довірчої обстановки. За такою схемою фокус-група працює до виявлення основних розбіжностей групи, усіх «за» і «проти» кожної з основних думок.

Наступну дискусію слід повернути на шлях подолання розбіжностей, стимулювання вироблення консенсусу, формулювання конструктивних рекомендацій. Цьому слугує, скажімо, методика «Запобігання критики самокритикою». Після з'ясування головних шляхів подолання розбіжностей і їх чіткої публічної фіксації ведучим, відбувається їх «затвердження» учасниками фокус-групи. На цьому засідання фокус-групи завершується, але починається підсумковий етап роботи з методу, що характеризується.

Вважається, що умільці модератор повинен у процесі обговорення тримати у свідомості такі питання:

- Що я ще повинен запитати, аби зрозуміти, чому він (вона) так думає?
- Чи почув я усе для того, щоби проаналізувати проблему й оцінити її об'єктивно виходячи з цілей дослідження?
- Що роблять учасники повсякденно? Що я повинен дізнатися про їх преференції, установки, поведінку?
- Як дістатися до реальних почуттів респондентів, які вони приховують за інтелектуальністю і зверхністю або простакуватістю і необізнаністю?

Модератору необхідно знайти той стиль, який найбільше відповідає його здібностям. Це може бути серйозна манера поведінки або, навпаки, весела і розкута. Існує, однак, цілий ряд неприпустимих стилів ведення, які можуть скомпрометувати роботу модератора і знизити якість дослідження. До їх числа відносять такі типи модераторів: авторитарний, розгублений, «комедіант», той, що залякує, потурає або погано слухає тощо.

Груповий процес передбачає певну ієрархічну організацію. Якщо всі члени групи роблять свій внесок у дискусію, то вона встановлюється протягом перших 15-20 хвилин. Наслідком є диференціація респондентів на ролі, які вони грають і відповідно сприймаються й очікуються оточуючими (скажімо, ролі «заводили», «дотепника», «скептика», «всезнайки»). Якщо цього не відбувається, то кожен член групи говоритиме переважно із модератором і відповідатиме тільки на його запитання, внаслідок чого зникає найважливіший чинник функціонування фокус-груп - колективна взаємодія.

Формулювання запитань у фокус-групі теж вимагає певної тонкості. Скажімо, питання, що включають слова «якою мірою», «наскільки задоволені», «краще-гірше» задають певну шкалу вимірювання, і це добре. Натомість, питання, що починаються зі слова «чому» містять в собі певні труднощі, адже відповідь на них вимагає від людей рефлексії власної поведінки, - чого вони робити не звикли. Оскільки в більшості випадків діють за звичкою, без свідомого обмірковування. Відтак, слово «чому» краще замінити на словосполучення «Що ви при цьому відчуваєте?», або «Чому так роблять інші?»

Практичні рекомендації по формулюванню питань у фокус-групі:

- 1) Питання в фокус-групах мають бути відкритими, тобто – не пропонувати варіантів.

- 2) Слід уникати довгих питань, за винятком тих, в яких необхідно дати вступ або пояснення.
- 3) Слова, що використовуються модератором, повинні бути доступні респонденту і однаково усіма розумітися.
- 4) Слід пояснювати контекст питання, щоб не припускати різні варіанти його тлумачення.
- 5) Можна задавати «питання – спогади», які допомагають повернути респондента до певних подій, пережитого досвіду.
- 6) Задавши питання в третій особі («Як це буває?»), інтерв'юєр із великою імовірністю отримає опис особистого досвіду респондента.

На завершальному етапі: а) обробляються стенограма засідання (електронний запис) і протоколи спостережень, складені асистентами ведучого; б) формулюються основні висновки про причини і характер розбіжностей з досліджуваною проблемою, способи їх подолання, про систему заходів вирішення даної проблеми; в) отримані матеріали і висновки зіставляються з підсумками аналогічної дискусії в інших фокус-групах, на основі чого визначаються загальні результати проведеного дослідження. Завершуючи опис фокус-групового методу, відзначимо основне обмеження його застосування. На його основі можна вивчати не всі, а лише ті проблеми соціального життя, з яких думки учасників фокус-групи досить компетентні і суперечливі.

2. Контент-аналіз (від англ. content - зміст) – спеціальний, досить строгий метод якісно-кількісного аналізу змісту документів з метою виявлення або вимірювання соціальних фактів і тенденцій, відображених цими документами. Особливість його полягає в тому, що він вивчає документи у їх соціальному контексті⁵⁰. Контент-аналіз може використовуватися в якості основного методу дослідження (наприклад, у дослідженні соціальної спрямованості газети); паралельного, тобто в поєднанні з іншими методами (наприклад, в дослідженні ефективності функціонування засобів масової інформації); допоміжного або контрольного (наприклад, при класифікації відповідей на відкриті запитання анкет).

Не всі документи можуть виступати об'єктом контент-аналізу. Необхідно, щоби досліджуваний текст (або здібності дослідника) дозволяв сформулювати однозначні ознаки для надійного фіксування потрібних характеристик (принцип формалізації), а також щоби потрібні елементи його змісту зустрічалися із достатньою частотою (принцип статистичної значимості). Щоби не бути банальним, контент-аналіз має фіксувати якісь ціннісні характеристики, які найкраще виявляються в усних, довільних висловлюваннях (не зачитаних із паперу), адже за стилем та настроєм їх автора (які добре фіксуються кількістю та контекстом емоційно значимих слів) простежується його ставлення до обговорюваних подій та його життєві пріоритети взагалі.

Існують три основні **напрямки застосування** контент-аналізу:

а) виявлення того, що *існувало до тексту* і що тим чи іншим чином отримало в ньому відображення (текст як індикатор певних сторін досліджуваного об'єкта – навколишньої дійсності, автора або адресата);

б) визначення того, що *існує тільки в тексті* як такому (різні характеристики форми – мова, структура і жанр повідомлення, ритм і тон мови);

в) виявлення того, що *буде існувати після тексту*, тобто після його сприйняття адресатом (оцінка різних ефектів впливу).

У розробці та практичному застосуванні контент-аналізу виділяють кілька стадій. Після того як сформульовані тема, завдання і гіпотези дослідження, визначаються категорії аналізу, тобто найбільш загальні, ключові поняття, що відповідають дослідницьким завданням. Система категорій грає роль питань в анкеті і вказує, які відповіді повинні бути знайдені в тексті. У практиці контент-аналітичних досліджень склалася досить стійка система категорій, серед яких можна назвати такі як знак, цілі, цінності, тема, герой, автор, жанр та ін. Категорії контент-аналізу повинні бути *вичерпними* (тобто охоплювати всі частини змісту, що визначаються завданнями даного дослідження); *взаємовиключними* (одні і ті ж частини не повинні належати різним категоріям); *надійними* (тобто між кодировщиками не повинно бути розбіжностей з приводу того, які частини змісту слід відносити до тієї чи іншої категорії); *доречними* (тобто відповідати поставленому завданню і досліджуваному змісту). При виборі категорій необхідно уникати двох крайнощів: вибору надто численних і дробових категорій, які майже повторюють текст, і вибору занадто великих категорій, тому що це може призвести до спрощеного, поверхневого аналізу. Іноді ж необхідно брати до уваги і відсутні елементи тексту, відсутність яких теж може бути значимою.

Після визначення системи категорій вибирається відповідна їм одиниця аналізу тексту – лінгвістична одиниця мови або елемент змісту, що слугують у тексті *індикатором* (показником) досліджуваних явищ. За *одиночку аналізу* може бути прийнято: а) слово, б) пропозицію, в) тема, г) ідея, д) автор, е) персонаж, ж) соціальна ситуація, з) частина тексту, об'єднана чимось, що відповідає суті категорії аналізу. Іноді, точніше, коли контент-аналіз виступає єдиним методом інформації, оперують не однією, а відразу декількома одиницями аналізу. Нарешті необхідно встановити *одиночку рахунку* – кількісну міру взаємозв'язку текстових і позатекстових явищ. Найбільш уживані такі одиниці рахунку, як поява ознак в тексті, частота їх появи (інтенсивність), час-простір (число рядків, площа в квадратних сантиметрах, хвилини, час мовлення тощо).

Важливим є вибір необхідних джерел, що піддаються контент-аналізу. Вибір тут передбачає відбір джерела, кількості повідомлень, дати повідомлення і досліджуваного змісту. Всі ці параметри вибірки визначаються завданням і масштабами дослідження. Найчастіше контент-аналіз проводиться на матеріалі річної вибірки: якщо це вивчення протоколів зборів, то достатньо 12 протоколів (по числу місяців), якщо вивчення повідомлень засобів масової інформації, - то 12-16 номерів газети або теле- та радіоднів. Зазвичай обсяг вибірки повідомлень ЗМІ становить 200-600 текстів.

Необхідною умовою контентного дослідження є розробка **класифікатора** контент-аналізу. Класифікатором називається загальна таблиця, до якої зведено всі категорії (і підкатегорії) аналізу та одиниці аналізу. Її основне призначення – гранично чітко зафіксувати те, в яких одиницях виражається кожна категорія, використовувана в дослідженні. Класифікатор можна уподібнити соціологічній анкеті, де категорії аналізу відіграють роль питань, а одиниці аналізу – відповідей. Він є основним методичним документом контент-аналізу, що визначає зміст усіх інших інструментів цього методу. Звичайно, найголовнішим етапом контент-аналізу є інтерпретація його результатів, тобто не просто кількісний підрахунок частоти появи емоційно значимих слів у тому чи іншому контексті (що легко зробити за допомогою добре складеного класифікатора), але й пояснення, про яке ставлення та про які цінності автора це говорить.

Соціологічний експеримент – емпіричний метод вивчення, що полягає у моделюванні конкретних соціальних умов з метою і з'ясування, як вони впливають на поведінку різних категорій людей. Можливість проведення і повторюваність, а значить об'єктивність результатів експерименту є головною відмінністю наукової теорії від псевдонаукової.

У соціологічному експерименті зазвичай створюються *дві групи* досліджуваних осіб – *контрольна* (на яку не здійснюється запланований в експерименті вплив і поведінка якої має підтвердити, що без даного впливу поведінка людей перебігає інакше) та

⁵⁰ Див. спеціалізований сайт: <http://content-analysis.ru/> Історія контент-аналізу: <http://manekin.narod.ru/ph/cif/4/19.htm>
Результати аналізу висловлювань дивись: <http://prportal.com.ua/Передовица/що-кажуть-українцям-кандидати-інфографіка>

експериментальна (яка під указаним впливом демонструє інакшу поведінку і тим підтверджує, що її викликають саме діючі у контрольованих умовах чинники), - порівняння поведінки яких і дозволяє зробити висновок про залежність її від чинників, що впливали на людей у змодельованих умовах.

Студентам потрібно самим ознайомитися із найвідомішими соціологічними та психологічними експериментами (а вони близькі по методам і результатам), користуючись, наприклад, таким списком⁵¹.

3. **Факти** слід відрізнати від **оцінок**, а оцінки – від пояснення **причин** цих фактів. Скажімо, російські ЗМІ в тисячах варіантів доводять до населення думку, що американці організували або, принаймні, спровокували революцію в Україні (так говорили і про революцію 2004 року, і про революцію 2013-2014 років). Це факт чи готова оцінка, що нав'язується масам? Прибічники революції скажуть, що оцінка і пропаганда, а противники – що факт. Проте наука не може вставати на чийсь бік і, значить, повинна знаходити точні, недвозначні критерії того, що є фактом, а що – ні. Отже, давайте розберемось.

Факт – це завжди результат «постановки діагнозу», тобто кваліфікування якихось змін як таких, що означають появу нового явища, - оскільки у попереднього явища були принципово інші ознаки. Інакше кажучи, люди домовляються про те, які ознаки є принциповими, істотними для попереднього явища і які – для нового, і коли досліджуване явище все більше втрачає ознаки попереднього, і все більше набуває ознак нового явища, то з певного моменту науковець може кваліфікувати факт виникнення цього нового явища. Скажімо, нагріваючись, рідина перетворюється на газ, і це для нас є фактом лише тому, що ми домовилися називати один стан рідиною, а інший газом.

Таким чином, факти не існують самі по собі, - вони є результатом певних, як правило, несвідомих, загальноприйнятих уявлень (свого роду домовленостей) про те, що чим вважати і за якими ознаками. А значить, факти не можна побачити, їх треба діагностувати за загальноприйнятими ознаками. Біда в тім, що загальноприйняті ознаки доволі розпливчасті, і саме тому науці доводиться формулювати ці ознаки набагато точніше. Припустимо, дивлячись у каструлю, як ви дізнаєтесь, чи кипить у ній вода, чи ні? Приблизно, на око. А наука виробляє конкретний критерій – 100°C, і визначає момент і повноту переходу із одного стану в інший цілком точно.

Натомість, малоосвічені люди не розуміють, що їх оцінки уже закладені в тому, що вони називають фактами. Так, якщо для когось тиск або, навіть, наступ американців на Росію є «фактом», то вони його бачать у всьому: у «Макдональдсах» і гамбургерах, в американських фільмах або у санкціях, що накладаються на росіян за якісь конкретні порушення зобов'язань. Тобто в підсвідомості цих людей «сидить» переконання на кшталт: «Якщо ми програли, значить нас засудили!» Звичайно, це вже параноя, проте механізм самообману тут той самий, що і у нормальних, але неграмотних людей: їм щось здається фактом, хоча вони цей «факт» несвідомо підшукували через свою переконаність, що він обов'язково станеться (це так званий «синдром пророцтва, що само реалізується»). А це це наслідок постійного незадоволення усім в рамках явища «відносної депривації» (описаного у темі 4).

Отже, розумна людина має, принаймні, розуміти, що «факти», які вона бачить, переважно «підтасовані» її підсвідомістю, причому відібрані так, щоби відповідати її цінностям. Скажімо, якщо у неї весела вдача, вона бачить усюди привід для жартів, а якщо її погляд на життя більш похмурий, вона помічає лише прикрі, неприємні «факти». І вирішення цієї проблеми не в тому, щоби взагалі не довіряти своїм відчуттям (хоча і сліпо довіряти теж не варто), а в тому, що чим більш терпимою є людина і чим менш одностороннім є її погляд на світ, тим більше різних фактів вона здатна побачити і тим більш адекватними стають її оцінки.

Втім, упередженість оцінок – не єдина проблема малоосвічених людей. Інша у тому, що вони не шукають справжніх причин якихось подій, а задовольняються знаходженням «винуватця». Причому «винного» вони знаходять досить передбачуваним способом: оскільки в самому підборі «фактів» вони заклали свої готові оцінки (хто добрий, хто поганий), то винними завжди виявляються «погані», навіть якщо їх причетність нічим не підтверджена.

Приміром, якщо викладач усіх студентів вважає «ледарями», то кожну їх помилку чи нерозуміння він трактує як, як наслідок лінощів і нестаранності, а значить і причину вбачає не в поганій організації занять, не у відсутності стимулів і мотивації до навчання і не в якості своїх лекцій, а виключно в їх особистій провині. Зрозуміло, що це психологічно комфортний спосіб пояснення собі своїх педагогічних невдач: мовляв, не треба нічого міняти у виші, не треба старатися більше самому, - треба лише вимагати більших старань від студентів. І далі вже практичний висновок із цього пояснення стає для нього очевидним: треба їх примушувати працювати, «ганяти» якомога сильніше, давати більше завдань.

Неадекватність такого погляду викладача підтверджується його практикою, адже скільки він не намагається їх «ганяти», але кращими їх результати не стають, а чим більше він дає завдань, тим менший обсяг роботи вони виконують. Щоправда, це ще більше переконує його у тому, у чому він був переконаний від початку (що вони ліниві), - але науковий, тобто не суб'єктивний аналіз цих результатів мав би підштовхувати до прямо протилежних висновків, а саме – що його управління студентами неефективне, і, значить, справжні причини їх нестаранності він не виявив, а тому і змінити нічого не може. Звичайно, коли його методи добре впливають на якихось студентів і вони починають краще вчитись, то це означає, що він був правий у їх оцінках, але щодо інших студентів його примус не діє.

Безумовно, причина поганого навчання не в ньому, а в системі управління вишем і в системі освіти, але в будь-якому разі, якщо його спроби «ганяти» не дають позитивних результатів, значить ці методи треба поміняти на якісь інші. Це, до речі, підтверджує і практика більш терпимих викладачів, що прагнуть не стільки примусити, скільки зацікавити студентів і залучити їх до якоїсь самостійної, творчої роботи, навіть жертвуючи повнотою викладення навчальної програми. Звідси виходить, що той, хто шукає чийсь провину, а отже – *індивідуальні* причини масових явищ, не розуміє, що причини тут мають бути *спільними, загальними*, і саме це, власне, і називається «причиною».

А значить, для виявлення причин треба спершу відмовитися від готових оцінок (а фактично – *упереджень*) і спробувати знайти такі пояснення подіям (тобто не «фактам», а просто – реальним, кількісним змінам у масових явищах), які відображали б не індивідуальні бажання та оцінки, а кореляцію із такими ж раптовими змінами у якихось загальних процесах. Наприклад, *причиною стрімкого росту злочинності* може бути різке зменшення кількості та якості правоохоронців або раптовий перехід людей у даній місцевості до агресивних настроїв та поведінки в силу накопичення злості на знахабнілих міліціонерів (а отже і неможливості легально досягти справедливості, що і є, за визначенням, причиною *аномії* і що призводить до *психологічного зараження девіантністю*, - які згадані у темі 2 і пояснюються у темі 4 даної методички).

Причому конкретний, хамський чи жорстокий вчинок останніх стає лише поштовхом, тобто – *приводом* для збурення мас, а от причиною є саме бездіяльність влади або навіть її потурання таким діям «перевертнів у погонах». Натомість за кожним конкретним вчинком стоїть ціла сукупність чинників, а зовсім не якась одна причина (навіть та сама бездіяльність влади), адже окрема людина завжди може не

⁵¹ http://ru.wikipedia.org/wiki/Список_классических_экспериментов_в_психологии

здаватися дії будь-якої причини і обирає свою реакцію в залежності від усього комплексу чинників, - тоді як на людей загалом діють різні комплекси чинників, які пригнічують вплив одне одного, а тому для кожної масової події залишається тільки одна якась спільна причина.

Причини і чинники – це два варіанти т.зв. **каузального пояснення**, тобто такого, що виявляє, чим викликане досліджуване явище, яка сила привела до його виникнення. Але плутати ці два терміни не варто. **Причина** – це обставина, дія якої на 100% визначає наступний результат, що буває лише при розгляді нерегулярних, одноразових подій у великих соціальних групах (які не є цілісними, єдиними у своїх діях утвореннями). Скажімо, причиною Великої Французької революції або Помаранчевої революції в Україні можна вважати політичну кризу (і перш за все – кризу довіри до влади) і неможливість розрішити її стандартними демократичними процедурами. Але «політична криза» - це знову абстрактний термін, який узагальнює чимало різних явищ, точне число або мінімально необхідний набір яких нікому не відомий. Втім, навіть такими термінами можна користуватися (на відміну від безмежних, а тому пустих абстракцій, як-от «всеохоплююча криза», «народ доведено до відчаю», «все погано»), і саме тому видатний соціолог М.Вебер, проаналізувавши хід багатьох революцій, вивів закономірність, що вони відбуваються не на етапі найгіршої економічної ситуації («голоду і злиднів»), а на етапі стрімкого підйому після цієї нижчої точки падіння, і відбуваються вони тому, що очікування мас ростуть набагато швидше, аніж покращується їх життя, особливо якщо політики хваляться успіхами і занадто багато обіцяють замість того, аби налаштувати усіх на важку і старанну працю.

Отже, причина – це завжди філософсько-історичне узагальнення, для якого важко знайти числові параметри, а тому для соціологічних досліджень цей термін фактично непридатний. Натомість **чинники** (фактори) - це обставини, дія кожного із яких не визначає на 100% наступний результат, а дає його лише в сумі, причому неможливо передбачити, яка саме їх сукупність до нього призведе, а тому чинники і слід розраховувати лише для дій окремих людей або згуртованих малих груп (таких, що діють послідовно і незалежно від інших, як цілісне утворення). Наприклад, якщо мама докоряє дитині, що та не вдягла шапку і шарф, і саме тому застудилася, то ця мама, користуючись хибними стереотипами неопераціоналізованого мислення, припускає, що переохолодження – то єдина і цілком достатня причина хвороби. Проте неважко помітити, що її дитина застуджувалася зовсім не кожного разу, коли була одита невідповідно до погоди, а отже на цю хворобу впливають і інші чинники (імунітет, фізична та психічна ослабленість тощо). Отже, тут має місце невинуватене намагання знайти всезагальну причину поодиноких об'єктів і подій, щодо яких можливо шукати лише чинники.

Інакше кажучи, коли соціологи розглядають окреме рішення й окрему дію конкретної людини або згуртованої групи (котра діє як єдине ціле і може вважатись єдиним об'єктом), то вони шукають **чинники** цього, а коли вивчають якість масове явище, хоча і одноразове, то говорять про **причини** його існування. Виявивши чинники, легше скерувати процес у потрібне русло, тоді як причини набагато гірше піддаються керуючому впливу. Річ у тім, що ідея існування якихось шкідливих «причин», які призводять до управлінських невдач і які треба лише вчасно усунути, аби поразки змінилися на перемоги, - це ідея доволі наївна, адже навіть за одноразовими «збоями» ховаються якісь постійні, системні явища та їх об'єктивні, непідвладні нашій волі причини.

Візьмемо для прикладу конфлікт між викладачем і декількома групами студентів, що скаржаться на несправедливість його оцінок (завищення одним і заниження іншим). Очевидно, що це незадоволення є масовим, а отже – споводованим не індивідуальною несумісністю двох людей чи якимись іще чинниками, а спільною для багатьох студентів причиною. Можна сформулювати і причину – «несправедливість оцінювання», і вимагати оцінювати студентів інакше. Але цю вимогу викладач здатен буде виконати, якщо це у нього справді був якийсь одноразовий «збій». Проте найчастіше це прояв його звички до самодурства через загальну і тривалу безкарність усіх викладачів у цьому виші. А отже за цією одноразовою причиною криється більш широка система відносин, безправна для студентів і свавільна для викладачів, у якій все вирішується в обхід правил. А це вже прояв такого масштабного і стійкого (і не тільки у нашій країні) явища, як корупція.

Пояснювати її будь-яким чинником (скажімо, особистою жадібністю) гупо, адже це не індивідуальна погрішність, а дії багатьох людей впродовж багатьох років. Яка ж може бути спільна причина для всіх цих різних і непов'язаних між собою людей? Очевидно, що не варто узагальнювати: для всіх часів і всіх корупціонерів єдину причину не знайдеш; і тільки якщо ми заради спрощення будемо вважати Україну цілісною політичною системою (єдиним утворенням), і розглядати її у конкретний – сьогоднішній – час, то можна буде відшукати абстрактну, але спільну причину. Ця причина стає зрозумілою, коли розглядаєш найбільш поширені випадки корупційних порушень, якими є зовсім не багатотисячні хабарі, а буденні «ліві» домовленості про те, що посадова особа за якусь подяку вчинить дію, яка конче потрібна прохачу, але не передбачена існуючими правилами (хоч вона і необов'язково є незаконною, - наприклад, заміна труби сантехніком). А значить, причиною є невирішеність багатьох нагальних питань у наявних правилах (погана регламентованість цих питань), а відтак і неможливість вирішувати їх інакше як в обхід цих правил, тобто – неформально і особисто.

І ось тут ми, нарешті, підходимо до того, чому виявлення такої абстрактної, стабільно існуючої причини не надто допомагає вирішенню проблеми (і чому для постійно існуючих явищ у соціології шукають їх **функцію** у системі). Неважко порекомендувати владі писати правила (законои, інструкції) краще, тобто докладніше і конкретніше, із урахуванням усіх можливих ситуацій і справедливих способів їх вирішення, а також із визначенням способів контролю за їх дотриманням. Однак якщо не доручати це комусь, а самим більш детально продумати, хто і як це писатиме, то стає очевидним, що у нас нема кому це робити, і не лише через неопераціоналізованість мислення, а тому, що люди, які «нагорі» пишуть такі правила, не завжди знають, як працюють люди «внизу» (та й не надто хочуть це знати, адже система цього не вимагає). Виникає «хибне коло»: виконавці знають, про що мало би йтися у правилах, але не мають ні прав, ні кваліфікації для їх створення, а керівники – навпаки, і ніхто не може нічого змінити.

Насправді, це не «коло», це – система, і як будь-яка система вона сама себе підтримує, і саме тому існує впродовж віків, попри всі намагання її змінити. Система створення і виконання правил є саме такою – бездарною і нездатною до змін – не через якусь там «нерозумність» наших людей чи нашу «відсталу» ментальність, - вона є такою через надмірну централізованість, яка дісталась нам у спадок від гігантської російсько-радянської держави (що просто не могла не бути дуже централізованою при таких розмірах). Зараз Україні її залишкова централізація лише шкодить, і вона поступово, але неминуче буде зникати. А відтак ослабне і ця причина корупції: центри створення правил будуть наближені до виконавців і життя вимагатиме їх ефективності, яка, відтак, і ростиме, а тому потреба і навіть можливість іти в обхід правил ставатиме все меншою. Інакше кажучи, наявна система – це не вирок, вона змінюється, еволюціонує, і хоча це процес тривалий, але неминучий, а болісним він стає через те, що із системою борються, замість того, щоби її розвивати.

Ось чому, на відміну від філософії, у соціології термін «причина» не використовують щодо масових і тривалих явищ, а шукають функціональні пояснення, які краще враховують системність подібних явищ. **Функціональне пояснення**, що зрозуміло, виявляє функцію даного елемента системи. Слово «функція» має багато різних, несхожих значень, тому треба чітко уявляти собі, що воно означає у соціології. Отже, **функція** (у соціології і в системному аналізі) – це «призначення» даного елемента системи, позитивна для існування і функціонування системи роль, яку поведінка цього елемента в ній виконує. Тобто, шукаючи функцію якогось невинуватого соціального явища, ми намагаємось зрозуміти, яку користь його існування приносить усій системі. І завжди виявляється, що будь-яке стабільно і масово існуюче явище – як би ми до нього не ставились – є потрібним для тієї системи, елементом якої воно є (скажімо, «двієчники» – для навчального закладу, а корупція – для погано регламентованої системи управління). І навіть більше того, якщо дане явище, тобто цей

елемент системи зникне, то система не зможе функціонувати, і буде змушена або загинути, або замінити цей елемент якимось іншим, що все одно буде виконувати ту саму функцію.

Давайте розглянемо, яку ж позитивну роль можуть виконувати «негативні», з точки зору моралі, суспільні явища? Відразу домовимось, що «негативними» вони можуть вважатись лише тоді, коли їх оцінюють ненауково й однобічно, тобто бачать їх шкоду для окремих людей і не беруть до уваги їх користь для всієї системи. Насправді ж функція завжди є позитивною, негативних функцій не буває. Наприклад, ми можемо засмучуватись від того, що пітніємо, і навіть боротись із цим явищем, оскільки воно порушує смаки (цінності) нашого оточення, але неважко зрозуміти, що це – несистемний погляд, адже цей, прикрий з точки зору чіхось смаків процес істотно необхідний для виживання як окремої людини, так і людського роду в цілому (мабуть, не варто пояснювати, чому). Так само і «двієчники»: якби їх було обмаль і вони б невідворотно відраховувались із навчального закладу, то вони б точно не були постійно існуючою групою, а зустрічались рідко й недовго. В цьому випадку їх не можна було б уважати самостійним явищем і елементом системи (яким є навчальний заклад), оскільки остання, вочевидь, не потребує їх, а прагне позбутися.

Якщо ж, навпаки, у навчальному закладі їх багато і вони, попри всю свою недбалість і нестаранність, продовжують вчитись (бо їх жаліють, дають їм ще і ще один шанс після «останнього», закривають очі на порушення і ставлять їм, врешті-решт, «задовільно», хоча вони цього і не заслуговують), значить вони корисні, - і не для керівників або викладачів (тобто не для окремих людей), а для цілої системи. А от щоби зрозуміти, чим «двієчники» можуть бути корисні для системи, уявімо, що буде, якщо вони зникнуть. По-перше, залишаться найкращі учні – обдаровані, допитливі, що легко сприймають простий матеріал і бажають отримати від навчання якнайбільше. Здавалось би, добре, але придивімося до наслідків поближче. Насамперед, вони почнуть задавати питання, і це будуть не найпростіші, банальні питання, до яких звикли пересічні викладачі.

Група «розумників» (із якої були відраховані всі погані учні) легко засвоїть той «полегшений» навчальний матеріал, що викладають нині в розрахунок на невисокий рівень учнів, і почне задавати додаткові питання по темі, на які у викладачів, звиклих до слабого контингенту і необхідності по десять разів повторювати одне і те ж, просто немає відповідей, як немає і бажання напружуватись їх шукати. Ці питання дратуватимуть вчителів, але не змусять їх більше працювати над своєю кваліфікацією (практика показує, що до цього їх може примусити лише адміністративний тиск і матеріальні стимули), а тому вони знайдуть легший спосіб вирішення цієї проблеми: знуцатимуться із «надто розумних» і спробують їх позбутися, а натомість будуть більш поблажливими до невибагливих двієчників. І тут спитаємо себе: а хіба зараз не так? Хіба в школах, а віднедавна і у вишах не глузують із «ботаніків», і не потурають прогульникам і нездарам, які ще й пишаються, що вони не «заучки», а тому і не соромляться нічого не знати?

А втім, зайва допитливість саме по навчальному матеріалу була би проблемою лише для викладачів, а не для всієї системи. Однак допитливість – це така властивість, що не обмежується лише питаннями по одній темі. Повстали б питання і щодо незручності розкладу, і щодо застарілості навчальних програм, що не відповідають реаліям життя, і щодо забезпечення літературою, методичками, професійним обладнанням, і, нарешті, щодо справедливості й розумності правил оцінювання та способів поведінки із учнями. І ці питання тоді б уже не просто дратували адміністрацію навчального закладу, а й змусили її якось реагувати, адже вони цілком обґрунтовані законами про освіту та іншими правовими актами. Отож відмахнутись від них неможливо, але і виконати їх – теж (адже це якраз ті питання, що теоретично мають бути реалізовані, проте на їх реалізацію не виділяються ні гроші, ні люди, ні робочий час). І реакція адміністрації, так само, як і вчителів, пішла би найлегшим шляхом: прихильності до тих, хто не задає питань, і позбуття тих, хто задає.

І це була би не чиясь особиста воля, а нагальна потреба виживання навчального закладу в наявній системі організації й фінансування освіти. А якби виш все-таки спромігся підготувати цих допитливих і, зрештою, кваліфікованих випускників, то що, йому б це окупилося? Може б йому виділили додаткові кошти за успіхи? Навряд, бо в бюджеті міністерства просто немає такої статті розходів. Може би вишу заплатили фірми й організації, до яких прийшли ці випускники? Ні, і не через невдячність наших людей, а тому що й вони б не дуже зраділи робітникам, які задають зайві питання. Коло замкнулося: невибагливі двієчники сьогодні потрібні всюди, а розумники – майже ніде. Це – система, вона має своє призначення на даному етапі розвитку суспільства, її можна і потрібно вивчати, і не слід оплакувати й засуджувати. Функція двієчників – підтримувати цю, погано організовану (на всіх рівнях) і погано забезпечену систему навчання своєю невимогливістю і здатністю зносити будь-які незручності. Бо інакше прийшлося би все змінювати, а це зараз нема кому і нема як робити.

Натомість розумники у такому вишу вчать ліниво, не напружуючись (бо наша система і не вимагає від них зусиль), і більшість своїх знань отримують самостійно, але безсистемно, а після випуску намагаються працювати за кордоном або в іноземних фірмах, тобто – в іншій системі, яка розумників потребує. І це не «витік мозків», як говорять публіцисти, а природна закономірність, вигідна усім – і розумникам, і нашій системі, і чужій системі. Якраз гірше, коли ці розумники залишаються в нашій системі у якості зарозумілих, але безплідних «невизнаних геніїв», незадоволених усім навколо і працюючих без мотивації (що перетворює розумних колись людей на керівників-самодурів, ласих до лестоців). Отже, сьогодні країна не потребує відмінників і не заохочує їх. А от щоби виникла в них потреба, країна має активно розвиватись, ставити складні завдання перед керівниками і жорстко добиватись ефективності управління (а не показних запевнень, що все добре).

Звичайно, можна запитати, а чи справді викладачі й адміністрація такі слабкі й ліниві, що не впорались би із розумними учнями і так недобре обійшлись із ними, як це було описано? Безумовно, є немало викладачів розумних і кваліфікованих, але якби їх була більшість, вони б самі задали всі перелічені питання, а керівники знайшли би способи їх вирішити на користь усім; і це була би вже зовсім інша система. На разі ж у нас саме така система, яка описана вище (і в якій питома вага двієчників невинувато висока, що є математичним фактом), і це може означати лише одне: допитливих та активних професіоналів у цій системі ще явно не більшість, а тому змінити її вони не можуть. Це і є функціональне пояснення феномена двієчників, яке дозволяє не просто назвати якусь разову причину їх існування (наприклад, чийсь погану роботу, – що, може, і правда, але є вузьким, однобічним поглядом), але виявити їх необхідність для системи, - системи, що не розвивається. А знаючи, яку потребу вони задовольняють у даній системі, можна зрозуміти, як можна реалізувати цю ж потребу інакше, більш конструктивно (зокрема, перетворюючи нерегламентованість більшості питань на систему неформальних традицій), або як позбутися її взагалі (децентралізуючи управління, підбираючи кваліфіковані кадри і стимулюючи творчу роботу і викладачів, і студентів).

4. Отже, ми тепер на практиці розуміємо, що таке система; залишилось дати їй визначення. **Система** – це складний об'єкт, який неможливо змінити окремою зовнішньою дією, оскільки причини його змін (еволюції) завжди знаходяться всередині нього і визначаються пристосуванням його структури до системи зовнішніх обставин (а ця структура хоч і підлаштовується, проте залишається тією самою). Говорючи простіше, системою є стійка сукупність елементів, яку не вдається змінити за власним рішенням і планом. Саме це і є найголовнішою «діагностувальною» ознакою системи: якщо певний соціальний об'єкт (явище) неможливо знищити або виправити попри всі зусилля влади, значить це – елемент системи, до якої слід поставитися більш уважно і вдумливо. Отже, якщо якесь масове явище, сплеск

подій можна припинити або радикально змінити (наприклад, спалах грипу), значить це явище поодиноке, і у нього – одноразова *причина*. А якщо воно опирається змінам і відновлює себе, якої б шкоди йому не завдали, значить перед нами система, і для її існування не варто шукати *причин*, - їх нема, - зате варто шукати *функцію*, що виконує це явище як елемент якоїсь більшої системи.

Застосовуючи цю теорію до соціології, можна сформулювати **принцип системності**: поведінка людей визначається їх функцією як елемента якоїсь системи, а не випадковою дією чинників. Інакше кажучи, люди завжди є елементами різних соціальних систем (груп, класів, націй тощо), а їх поведінка у кожній ситуації підпорядковується вимогам і очікуванням відповідної системи, хоча самі вони, можливо, цього і не помічають. Якими б оригінальними – на її власний погляд – ні були дії людини, вони завжди відображають якісь засвоєні нею традиції і завжди орієнтовані на якісь спільні смаки та можливу реакцію оточення (у психіці для цього навіть існують спеціальні «програми» відслідковування реакцій, а в мозку – спеціальні «дзеркальні нейрони», про які, при бажанні, можна почитати самостійно). І якщо окрема людина, наодинці із собою може знехтувати якимись суспільними приписами, то чим більшою є група людей, тим суворіше вони їх дотримуються і карають порушників, оскільки саме ці приписи (які називаються – «груповими нормами та цінностями») і роблять їх групою, а значить – системою.

Виходячи з принципу системності, «*предмет соціології*» – тобто ситуативна поведінка конкретних людей – не є у них всюди однаковим, адже поведінка навіть однієї людини видозмінюється в залежності від того, яку систему вона в даній ситуації представляє: *лише себе* (особистість теж система, і якщо людина діє лише у власних цілях, то її поведінка формується своєю системою цінностей), *малу групу* (і тоді вона діє відповідно до ролі, яка їй «дісталась» у групі) або *велику соціальну групу* (і тоді вона дотримується стереотипів поведінки, традиційно приписаних її соціальному статусу). І відбувається все це «автоматично» та, як правило, несвідомо. Ось чому людина не помічає цих видозмін своєї поведінки і вважає, що веде себе незалежно від ситуації, – хоча насправді в кожній такій ситуації у неї змінюються навіть інтонації голосу, жести, міміка, темп мовлення або дій тощо. Саме тому, як ми казали, у людини і не варто питати її пояснень власної поведінки (*принцип об'єктивності*), а крім того, щоби зрозуміти її поведінку, найважливіше якраз виявити, на цінності якої групи вона в даній ситуації орієнтується (тобто елементом якої *системи* себе відчуває).

На практиці соціологів цікавить не будь-яка поведінка досліджуваних, а лише та, яка хвилює замовників, тобто (згадайте, що ми пояснювали у темі 1) – керівників. А хвилює їх поведінка, що відхиляється від офіційних чи неофіційних правил, порушує їх і чим створює певні клопоти керівництву. Ця поведінка називається «*соціальним відхиленням*» (*девіацією*) і буває як одноособною, так і груповою (приміром, індивідуальний прогул або колективний) або масовою і постійною (скажімо, пияцтво, корупція і багато ще чого). Аби надати практичні рекомендації керівникам щодо подолання такого відхилення, ми повинні розібратися, чи є воно (1)*разовим та індивідуальним*, чи (2)*разовим, але груповим*, чи, зрештою, (3)*системним*. В першому випадку шукаємо *чинники*, що уможливили та спонукали це порушення, у другому знаходимо *причину* (котру на рівні групи важко, але можливо виправити), а от у третьому випадку нам важливіше зрозуміти, яку *функцію* виконує це порушення у тій системі, до якої порушники належать. Інакше кажучи, ми виявляємо, чому це соціальне відхилення є корисним для системи, *функціональним*. Фактично ми розглянули одне з таких відхилень (у пункті 3 цієї теми), а тому можемо лише повторити, що будь-яке масове і стабільно існуюче відхилення є функціональним, тобто виконує якусь позитивну для даної системи функцію (а яку саме, треба кожного разу вивчати окремо).

Зрозумівши, що досліджуване порушення є системним і, значить, функціональним, ми вже не дивуємось тому, що система (наприклад, навчальний заклад) сама *відтворює*, тобто спонукає і заохочує такі порушення (наприклад, не відраховує двічників, а надає їм безкінечні додаткові можливості отримати потрібну їм оцінку, не надаючи таких можливостей тим, хто вчиться краще і хоче підвищити позитивні оцінки). Звичайно, в системі відтворюється не тільки те, що є відхиленням («відхиленням» з точки зору звичайних уявлень, як ми попереджали про це вище), але й усе інше, що є для неї функціональним, тобто корисним для підтримання її існування. Власне, розуміючи цю потребу самопідтримання системи, соціологи і формулюють рекомендації про те, що саме можна змінити в системі, аби ця потреба задовольнялась не за допомогою соціальних відхилень, а якимось більш розумним і позитивним для всіх (а не лише для цієї системи) чином.

Познайомившись із функціональністю соціальних відхилень, можна не зрозуміти, як, все ж таки, ставитись до їх наявності: як до позитивного чи як до негативного явища? І це буде зовсім не марна цікавість. Навпаки, весь розвиток людського пізнання іде в напрямку збагнення того, що явища, які нам здавалися зайвими або шкідливими, при збільшенні наших знань виявляються не просто корисними, а конче необхідними. Згадаємо банальні приклади про те, що в минулому столітті апендикс, а ще раніше – селезінка вважалися «залишками еволюції», рудиментами і видалялися при кожній хірургічній операції, що проводилася поряд із ними. І це вважалось правильним лише тому, що тодішні медики не знали, яку функцію виконують дані органи. А сьогодні виявляється, що навіть віруси не тільки шкодять здоров'ю окремої людини, але й виконують корисну еволюційну роль для всього людства, яку, крім них, ніхто би не здійснив.

Ми не будемо ставити моральних питань про те, що важливіше: благо однієї людини чи всього людства. Такі запитання виходять за межі точної науки, якою є соціологія. Проте стосовно соціальних відхилень соціологія може поставити і вирішити подібне запитання, адже суспільство, на відміну від природи, не є досконалою системою. Суспільство – не надто цілісна сукупність штучних, створених людьми соціальних систем (груп), найчастіше – невисокого рівня організованості, які ще й неузгоджено змінюються завдяки нерозумним, суперечливим людським зусиллям. І все ж таки наші спільноти є системами, які всупереч різнонаправленій волі окремих людей самі знаходять шляхи для збереження свого існування (а інакше б люди вже давно пересварились і не змогли жити спільно).

Так от, соціальні відхилення (і насамперед – масштабні і тривалі) є свого роду «протезом» для заміни тих елементів системи, які ще не встигли розвинути або, навпаки, були знищені нерозумним втручанням людей у її діяльність. Двічники, як ми з'ясували, необхідні в такій кількості тому, що із домінуванням «розумників» погано організована і незабезпечена кваліфікованими кадрами система просто не справиться. Але це не означає, що такою (із «протезом») система має бути завжди. Навпаки, система обов'язково буде еволюціонувати, і саме в напрямку збільшення числа розумних учнів і покращення її організованості. А це означатиме, що соціальні відхилення будуть долатись, адже система не потребуватиме заміників.

І тут ми ще раз можемо пересвідчитись, що система як єдине ціле володіє властивостями, яких немає у жодного її елемента, бо вона є якісно іншим об'єктом, що у своїй поведінці не залежить від поганих чи добрих якостей, цілей чи дій будь-якої з її підсистем, навіть – керуючої. Ось чому із людськими планами щодо систем неодмінно буває так, як сказав «класик» (екс-прем'єр-міністр Росії В.Чорномірдин): «Хотіли, як краще, а вийшло – як завжди». І це – одна із загадок систем, нерозуміння якої підштовхує людей до висновків про невідворотність долі, про незбагненого творця усього суцього і його далекоглядний замисел. Однак все це можна пояснити й інакше. Річ у тім, що «замисел» і «план» - це стереотипи мислення, які передбачають, що розвиток подій відбувається лінійно і в один бік: задумав - зробив - отримав результат, а значить твої дії стають причиною цього результату. Не будемо знов пояснювати, що термін «*причина*» непридатний до індивідуальних об'єктів (дивись пункт 3 цієї теми) і що тут варто було би шукати ширшу сукупність *чинників*. Гірше те, що

люди із цим стереотипом мислення (навіть якщо його розвинути ідеєю про ряд чинників, а не одноосібну причину) схильні бачити лише односторонній вплив: дія викликає наслідок і, значить, є її причиною.

Проте у системах все набагато складніше: кожен елемент діє на інші елементи, але не є причиною їх змін. Він навіть не є одним із чинників, бо система відповідає парадоксальним чином на будь-який вплив: вона не підкорюється йому, а опирається (крім випадків, коли цей вплив підтримує її існування), і чим сильніший вплив, тим більший опір. Це відбувається тому, що всередині системи, у її структурі немає дії, що йде лише в один бік, – є взаємодія; тобто кожен елемент діє вусібіч, на всі елементи, однак і вони в той же час діють на нього, і сила цього взаємного впливу потужна, але збалансована. А коли на цей баланс сил діють ззовні, вся його міць зосереджується на відпорі. Ось чому систему безглуздо міняти силою: вона або дає відсіч, або ламається, – але не змінюється. Відбувається процес, який французи охарактеризували прислів'ям: «Чим більше все змінюється, тим більше все залишається таким, як раніше».

Згадаймо надміру централізовану бюрократичну систему царського самодержавства, із її економічною й політичною бездарністю та досягненням успіхів через масовість зусиль і нешкодування людських життів. Її нібито знищила революція 1917 року, Громадянська війна та подальші репресії проти представників експлуататорського класу. Здавалось, нова, радянська система не матиме вже нічого спільного із попередньою. І що ж ми бачимо? Надмірна централізація, бюрократична тяганина, управлінська бездарність і досягнення цілей не розумом керівників, а чисельністю безправних підлеглих. Тобто – жодних змін, хіба що – крім «вивіски»: не царська, а «совєтська» влада, освячена не Церквою, а Партією (хоча в обох – єдино вірні, священні цілі і непримиримість до всіх, хто в цьому сумнівається). Подобається нам чи ні, але це та сама система, і вона «відгукується» нам досі у розглянутому вже засиллі «двієчників».

Річ у тім, що визначальним у будь-якій системі є не якість елементів, а її *структура*, тобто спосіб їх взаємозв'язку і досягнення в ній балансу сил. Централізовані структури Російської Імперії і Радянського Союзу були абсолютно однаковими, а тому особливості того, хто саме входив у цю структуру в якості елементів, уже не мали великого значення. Саме тому класик системного підходу Р.Акофф сформулював такий висновок, що зібрання найефективніших елементів аж ніяк не створює найефективнішу систему, і навпаки, високорівнева організація доволі посередніх за якістю елементів забезпечує створення найкращої за результатами і якостями системи⁵². Якщо уявити собі якусь управлінську структуру, всі керівники якої впродовж тривалого часу приймають виключно найкращі для своїх підрозділів рішення, то ця структура, як не дивно, приречена на провал і загибель, – адже вирішення всіх локальних проблем усіх елементів суперечить реалізації потреб і завдань системи в цілому.

Ось чому, як кажуть, «порядок б'є клас», і команда «зірок» у спорті програє «команді-зірці», в якій ніхто не зловживає індивідуальними цілями й не намагається виявити всі свої найкращі якості на шкоду загальнокомандним інтересам. Цей порядок і формується структурою, що визначає суворі рамки і напрям дій кожного елемента в системі та координацію (в тому числі – взаємозамінність) між ними. А структура у соціальних системах – це певний набір ролей (згадайте тему 3), кожна із яких хтось має виконувати і виконувати максимально точно і якісно, бо інакше система шукає непрацюючим елементам ті чи інші заміники, що завжди призводить до якихось відхилень.

Можна зробити і ще деякі парадоксальні висновки із сказаного. Наприклад, про те, що набирати у збірну команду країни треба аж ніяк не з найкращих, а всі скарги тренерів на відсутність спортсменів світового рівня у їх команді потрібно відкидати як самовиправдання і вияв некваліфікованості. Згадайте, скільки було в історії команд, переповнених «зірками», які не виправдали сподівань! А з іншого боку, скільки блискучих колективів було створено тренерами-диктаторами із нікому не відомих, цілком посередніх доти гравців, що дивовижним чином перетворювались у непереможну команду! В першому випадку тренер не зміг підкорити «зірок» єдиній структурі гри (а може і не знав про необхідність цього, покладаючись на те, що «зірки» самі все зроблять), а другому це вдалося, і не в останню чергу тому, що гравці були не надто пихаті, вибагливі й егоїстичні (це не нагадує вам функціональність «двієчників» і «трієчників» у навчальних закладах?). Деякі тренери підбирають у команду «середнячків» цілком свідомо. Так, великий тренер В.Лобановський у «Динамо» (Київ) успішно робив це тричі, безжалісно позбуваючись «зірок» і рішуче набираючи новачків.

Система – це такий взаємозв'язок елементів, коли кожен із них допомагає іншому: якщо хтось із елементів тимчасово, в силу обставин стає лідером (скажімо, футболіст бере ініціативу на себе), то інші мають працювати на нього, незалежно від того, «зірки» вони чи ні. Причому це був би варіант найвищого рівня організованості системи (який у групі називається *спрацьованістю*). Хоча можливий, звичайно, і середній рівень організованості системи, за якого, наприклад, гра команди у кожній ланці зосереджена навколо дій одного незмінного лідера, якому підпорядковані зусилля відповідних «робочих конячок». А найгірший варіант – це коли кожен «тягне ковдру на себе» (аби отримати індивідуальну користь у вигляді слави, преміальних, кар'єри) і ніхто не хоче підлаштовуватися під інших, а тому примусити їх злагоджено працювати може лише страх утратити все; цей варіант є проявом нижчого рівня організованості системи.

Визначення ключових термінів теми №3:

Чим відрізняються між собою якісні методи соціологічних досліджень? Індивідуальне інтерв'ю проводиться з експертом або відповідальною особою щодо максимального кола питань організації діяльності та комунікацій у досліджуваній спільноті; фокусоване інтерв'ю – коротша за часом бесіда з метою виявити ставлення та емоційні реакції опитуваного щодо досліджуваних питань; фокусоване групове інтерв'ю (фокус-група) – стимульована і скеровувана модератором співбесіда (дискусія) невеликого кола максимально різних категорій людей (приблизно одного статусу), що проводиться із метою спровокувати їх на якомога більш щирі, різноманітні й неочікувані думки. Певною мірою відноситься до цих методів і контент-аналіз, який поєднує якісні методи відбору категорій аналізу та кількісні методи підрахунку одиниць аналізу. (Т.3, п.1)

Головні *цілі застосування* методу фокус-груп: (1) генерування ідей та відбір робочих гіпотез для кількісних досліджень; (2) вивчення можливої емоційної та поведінкової реакції на нові ідеї, продукти, умови та іміджеві характеристики; (3) генерування ідей, направлених на покращення цих брендів та іміджевих характеристик; (4) вивчення споживацького лексикону, корисного для просування продукту на ринку, дохідливості опитувальних питань та гасел рекламної кампанії; (5) інтерпретація незрозумілих результатів кількісних досліджень.

Сценарій («гайд») фокус-групи – це заздалегідь і детально розписаний (у *структурованій* фокус-групі) або тезисно намічений (у *напівструктурованій* фокус-групі) набір питань, пропонованих для обговорення, що може починатись із найбільш широкої теми, а потім поступово звужуватися за тематикою (*пряма послідовність* тем), або починатися відразу із обговорення конкретних об'єктів та їх оцінок, а

⁵² Див. кн.: Акофф Р. Планирование будущего корпорации. - М., 1985, с.42. Так само і Е.Голдратт у створеній ним теорії обмежень пояснив, що «не можна отримати найефективнішу систему шляхом максимізації ефективності всіх складових її компонентів окремо, без урахування їх взаємодії між собою» (Див.: Деттмер В. Управление по ограничениям // [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://deming.ru/Statyi/UpravPoOgran/UpravPoOgranPrint.htm>

потім переходити на суміжні теми, розширюючи рамки дискусії і завершуючи її максимальними узагальненнями (*зворотна послідовність* тем).

Формулювання запитань у фокус-групі вимагає певної майстерності: (1)питання у фокус-групах мають стосуватись почуттів і ставлень, а не знань учасників; (2)питання мають бути відкритими, тобто – не пропонувати варіантів; (3)слід уникати довгих питань, за винятком тих, в яких необхідно дати вступ або пояснення; (4)слова, що використовуються модератором, повинні бути доступні респонденту й однаково усіма розумітися; (5)слід пояснювати контекст питання, щоб не припускати різні варіанти його тлумачення; (6) питання мають ставитися у третій особі («Як це буває?»), щоби отримати індивідуальні спогади; (7)питання мають стосуватися узагальнених причин поведінки («Чому так роблять інші?»), щоби отримати особисті мотиви.

Види інтерв'ю: *стандартизоване* інтерв'ю (строго за розробленим опитувальником, щоби можна було порівняти відповіді різних осіб), *напівстандартизоване* е інтерв'ю (вільне у рамках розробленої тематики), *нестандартизоване* (повністю вільне) інтерв'ю, *одноразове* і *багаторазове* (панельне) інтерв'ю, *ретроспективне* інтерв'ю (оцінка минулих фактів), *інтроспективне* (оцінка поточних подій) та *прожективне* інтерв'ю (оцінка можливого ставлення до імовірних подій), *інтерв'ю експертів* та відповідальних осіб.

Існують три основні **напрямки застосування контент-аналізу**: (а)виявлення того, що існувало *до тексту* і що тим чи іншим чином отримало в ньому відображення (текст як індикатор певних сторін досліджуваного об'єкта – навколишньої дійсності, автора або адресата); (б)визначення того, що існує тільки *в тексті* як такому (різні характеристики форми – мова, структура і жанр повідомлення, ритм і тон мови); (в)виявлення того, що буде існувати *після тексту*, тобто після його сприйняття адресатом (оцінка різних ефектів впливу). (Т.3, п.2)

Контент-аналіз проводиться в **три стадії**: (1)розробка вичерпних, однозначних та взаємовиключних *категорій аналізу* (які грають роль питань в анкеті і вказують, висловлювання про що мають бути знайдені в тексті: цілі, цінності, оцінки, теми, героїв та антигероїв, проблеми, причини та способи вирішення); (2)операціоналізація кожної категорії до конкретних *одниць аналізу* тексту та *одниць рахунку* (підраховуваних смислових, контекстуальних елементів мови або змісту, що слугують у тексті *індикатором* досліджуваних явищ: ідей, висловлювань, ситуацій, появ об'єктів); (3)заповнення *класифікатора* контент-аналізу (загальної таблиці, до якої зведено всі *категорії аналізу*, що уподібнюються питанням соціологічної анкети, та *одиниці аналізу*, що виконують роль відповідей у ній) та *підрахунок* співвідношень частоти появи різних категорій та одиниць аналізу, а також – ступеня їх емоційної інтенсивності, тенденційності, агресивності тощо, із остаточною *інтерпретацією* отриманих результатів.

Соціологічний експеримент – емпіричний метод вивчення, що полягає у моделюванні конкретних соціальних умов з метою впливу на поведінку людей і з'ясування її причинно-наслідкових закономірностей. У соціологічному експерименті зазвичай створюються *дві групи* досліджуваних осіб – *контрольна* (на яку не здійснюється запланований в експерименті вплив і поведінка якої має підтвердити, що без даного впливу поведінка людей перебігає інакше) та *експериментальна* (яка під указаним впливом демонструє інакшу поведінку і тим підтверджує, що її викликають саме визначені у змодельованих умовах чинники).

Каузальне пояснення шукає причини або чинники, що привели до виникнення досліджуваних явищ. **Причина** – це обставина, дія якої на 100% визначає наступний результат, що буває лише при розгляді нерегулярних, одноразових подій у великих соціальних групах. **Чинники** – це обставини, дія кожного із яких не визначає на 100% наступний результат, а дає його лише в сумі, причому неможливо передбачити, яка саме їх сукупність до нього призведе, а тому чинники і слід розраховувати лише для дій окремих людей або згуртованих малих груп. (Т.3, п.3)

Функціональне пояснення виявляє *функцію* досліджуваного елемента системи. **Функція** – це «призначення» даного елемента, тобто позитивна для існування системи роль, яку поведінка цього елемента в ній виконує і без виконання якої система взагалі не могла би функціонувати.

Принцип системності: поведінка людей визначається їх функцією як елемента якоїсь системи, а не випадковою дією чинників. Інакше кажучи, люди завжди є елементами різних соціальних систем (груп, класів, націй тощо), а їх поведінка у кожній ситуації підпорядковується вимогам і очікуванням (нормам і цінностям) відповідної системи, хоча самі люди цього не помічають. (Т.3, п.4)

Система – це складний об'єкт, який неможливо змінити окремою зовнішньою дією, оскільки причини його змін (еволюції) завжди знаходяться всередині нього і визначаються пристосуванням його структури до системи зовнішніх обставин. Визначальним у будь-якій системі є не якісь елементів, а її *структура*, тобто спосіб їх взаємозв'язку і досягнення в ній балансу сил.

Тема 4. Стратифікація суспільства та соціальні проблеми

1. Стратифікація суспільства та її види.
2. Модернізація суспільства та його види.
3. Соціальна аномія та депривація.
4. Проблема бідності та безробіття в науці і в масовій свідомості.

1. **Структура суспільства** складається із великих соціальних груп (сьогодні із страт і націй) та об'єднувальних зв'язків між ними. Інакше кажучи, суспільство як велика система і, зокрема, його «кістяк», тобто – *структура* (яка в будь-якій системі забезпечує взаємозв'язок елементів для підтримання цілісності та стійкості системи) складається не з окремих осіб, а з найбільших соціальних груп (які, у свою чергу, складаються із малих груп, а ті вже – із осіб), і не лише із цих великих елементів, але і з особливих зв'язків між ними. Натомість, суспільство може розкладатися на малі групи (що не об'єднуються у великі), але тільки в умовах соціальної кризи, яка, зрештою, може досягти рівня **соціальної атомізації**, тобто відсутності згуртованих малих груп із спільними традиціями і соціальним контролем (що виявляється і у відсутності почуття сорому перед кимось). І тільки в останньому випадку суспільство буде складатися із особистостей, що, очевидно, буде найгіршим сценарієм розвитку.

Об'єднувальні зв'язки у суспільстві бувають двох типів:

- 1) *вертикальні*, що об'єднують «верхи» і «низи» в рамках одного «клану» (їх міцність базується на традиціях «сімейних», патерналістських відносин, характерних для доіндустріальної, феодальної епохи);
- 2) *горизонтальні*, що об'єднують людей із однаковим матеріальним і соціальним становищем в рамках одної соціальної страти (їх міцність базується на спільних традиціях і стандартах життя, характерних для індустріальної, капіталістичної епохи).

Види соціальної нерівності:

- 1) *касти* – системна (законодавчо і культурно закріплена) нерівність можливостей і результатів, що взагалі не залишає людині права вибору соціального статусу;

2) *уніфікація* – безсистемна (ідеологічно засуджена і майже не використовувана) нерівність можливостей заради рівності результатів, що сильно обмежує соціальну мобільність;

3) *стратифікація* - рівність можливостей при нерівності результатів, що потребує соціальну мобільність і сприяє їй законодавчо і культурно.

Класова теорія (К.Маркс, 1818-1883) поділяє будь-яке суспільство на дві великі групи, одна з яких експлуатує іншу (отримує надмірний прибуток із спільної діяльності) і між якими завжди точиться класова боротьба. Правомірна для опису перехідної фази у розвитку суспільства, але непридатна для пояснення фази стабільного розвитку.

Теорія соціальної стратифікації (П.Сорокін, 1889-1968) поділяє будь-яке суспільство на декілька прошарків (**страт**, тобто великих соціальних груп, об'єднаних однаковим матеріальним і соціальним становищем та спільними нормами і цінностями), взаємодія між якими відбувається шляхом соціальної мобільності та наслідування зразків культури вищих страт нижчими. Правомірна для опису стабільної фази у розвитку суспільства, але непридатна для пояснення фази перехідного розвитку.

Види соціальної стратифікації:

1) *економічна* – поділ людей за ступенем багатства;

2) *політична* – поділ людей за розміром влади в їхніх руках;

3) *професійна* – поділ людей за ступенем майстерності та визнання в якості спеціаліста.

Суспільні цінності і суспільна поведінка людини залежать від домінуючого у неї виду стратифікації, адже цей факт означає домінування у її поведінці відповідних цінностей: фінансово-майнових, владних або фахових. Причому з тих пір, як людина стала особистістю, це домінування має у неї незмінний характер (якщо не трапиться у її житті чогось надзвичайного, що призведе до переоцінки цінностей) і виявляється у готовності пожертвувати одними цінностями заради інших. Скажімо, якщо при виборі місця роботи людина жертвує фаховими інтересами ради фінансових вигод, то незалежно від її свідомих обґрунтувань цього вибору можна констатувати домінування у неї цінностей економічної стратифікації. Звичайно, в окремих, рідкісних випадках цей вибір може бути зроблений випадково або під тиском, але як правило люди знаходять можливість ухилитися від тиску, якщо пропонується вибір їм зовсім не по душі. А якщо постфактум вони пояснюють своє рішення моральним обов'язком, тиском чи іншими «поважними причинами», що не дали їм здійснити бажаний вибір, то це лише красиві відмовки або нерозуміння власних цінностей (саме з огляду на це *принцип об'єктивності* і забороняє зважати на самопояснення).

Якщо ж між указаними альтернативами людина обере діяльність, яка їй фахово цікавіша, жертвуючи високою зарплатнею в іншому варіанті, то вона, вочевидь, схильна до професійної стратифікації. А от до політичної стратифікації вона схильна, якщо її більше приваблює можливість приймати рішення, що стосуються багатьох людей, керувати ними, відчувати, що від її волі залежать інші (залежать і в хорошому, і в поганому сенсі, - що кому ближче) або що вона просто має вищий статус в очах оточення, зокрема і тому, наприклад, що має більш престижні речі, звання, посаду тощо. Тож такою буде людина, що вибере не надто оплачувану роботу і не цікаву з професійної точки зору, але ту, що дає окремий кабінетик і вивіску на дверях, можливість до чогось примусити відвідувачів і цим піднятися у власних очах та очах інших авторитарних осіб (на жаль, у нас так буває аж надто часто).

Схильність до політичної стратифікації не означає, що людина буквально йде у політику (хоча там збираються якраз такі люди), адже реалізувати схильність до кожного із названих видів стратифікації можна на будь-якому робочому місці, у будь-якій професії і у будь-якій страті (вищій або нижчій). Скажімо, прибиральниця із економічними цінностями буде намагатися працювати на декількох роботах, причому на кожній – поменше за часом і побільше за оплатою, і цікавити її будуть здебільшого питання, де можна найкраще заробити і на що вигідніше потратити гроші (і в міру здібностей вона буде просуватися нагору по сходах економічної стратифікації). Якщо ж ця сама прибиральниця мріє не про гроші, а про кабінетик із гордою вивіскою «Менеджер по клінінгу», який їй обіцяють, то вона буде старатися, не шкодуючи часу саме через цінності політичної стратифікації (які, втім, можуть виявитись і в тому, що вона вижене поважного професора із туалету під приводом термінового прибирання, але насправді – заради відчуття влади). І лише якщо вона робить те, що їй цікаво, а цікавиться у своїй професії всіма її сторонами, працює, бо вона добре це вміє і її захоплює можливість робити це творчо і самостійно (а якщо примушують працювати строго по інструкції, то вона цікавиться, чому саме так, бо не любить діяти неосмислено), адже інакше взагалі не стане цим займатися, то це схильність до професійної стратифікації.

2. Модернізація суспільства – це цілеспрямоване трансформування усіх сфер життя за взірцем якоїсь іншої країни («доганяючий розвиток»). Буває **двох видів**:

1) *органічна модернізація* – реформи, що відбуваються за ініціативи «низів» (добре підготовлених економічною необхідністю та PR-діяльністю) і під проводом гуманітарної еліти, та націлені на отримання економічних вигод;

2) *неорганічна модернізація* – реформи, що відбуваються за ініціативи «верхів» і під проводом технократичної еліти, та націлені на отримання політичних вигод.

Згадані два **види еліт** відрізняються таким чином: а) *технократична* – схильна до авторитарних, свавільно-силових методів керування людьми (запозичених із досвіду роботи з машинами); б) *гуманітарна* – більш орієнтована на підтримання гарних стосунків із людьми (що близько до завдань PR-діяльності), а тому схильна до ліберальних та демократичних методів управління.

3. Соціальна мобільність – це пересування людини чи групи людей із одної страти в іншу (*вертикальна мобільність*) або в межах однієї страти заради досягнення кращих позицій для соціального підйому (*горизонтальна мобільність*). **Соціальна маргінальність** – стан людини або групи, що за своїм матеріальним та соціальним статусом вийшли із попередньої страти, але не були прийняті в новій через невідповідність своїх норм та цінностей. Переважно буває тимчасовим станом (оскільки люди швидко соціалізуються у новій страті), але якщо він закріплюється, то такі люди випадають з-під дії соціального контролю і складають соціальну базу будь-яких масових злочинів і заворушень.

Відносна депривація – стабільний стан незадоволення людьми своїм суспільним становищем і суспільством узагалі через завищеність їх критеріїв успіху, що виникає при неінтегрованості до соціальної страти із її нормами та цінностями (якими і визначаються спільні стандарти життя та суспільні критерії успіху). Виявляється відносна депривація у постійному незадоволенні всім навколо себе (навіть і цілком позитивними речами), яке є не індивідуальною психічною аномалією, а масовим і тривалим явищем. Вихідною причиною цього є відсутність соціальних страт (в яких, за їх наявності, є загальноприйняті критерії успіху, котрі, з одного боку, досяжні для всіх у даній страті, а з іншого боку, захищені соціальним контролем, - щоби ніхто їх не перевищував і не ігнорував), наслідком чого є брак спільних критеріїв успіху та прагнення негайно мати набагато більше, ніж може реально досягти людина даного соціального рівня. Саме

невідповідність завищених бажань і об'єктивних досягнень закономірно породжує подібне незадоволення, прояви якого можна бачити у слабкій, апатичній мотивації та безвільності самих різних працівників, будь-якого рангу і зарплати.

Соціальна аномія – суспільний стан масової готовності до порушення будь-яких правових норм та розпоряджень влади, що виникає при незабезпеченості розповсюджених у суспільстві критеріїв успіху загальновідомими та загальнодоступними шляхами його легального досягнення. Наприклад, якщо студентам невідомі конкретні й надійні шляхи чесного отримання високої оцінки (адже неточний регламент може залишати викладачу багато можливостей для свавільного оцінювання, та ще й не факт, що він його виконуватиме), а можливість оспорити несправедливу оцінку доступна, на ділі, не всім (адже цю можливість ще треба організувати через дієві форми контролю та відновлення справедливості), то студенти неминуче вдаватимуться до нечесних шляхів, які – так чи інакше – обов'язково дадуть їм потрібний результат. Тобто причина – не в нечесності студентів, а в їх недостатній захищеності, і тому боротися з цим відхиленням потрібно не каральними методами або умовлянням та присоромлюванням, а організаційною роботою по налагодженню дисципліни для всіх, і насамперед – для викладачів.

4. Четверте питання студенти мають підготувати самостійно, знаходячи в Інтернеті відповідні публікації про критерії та причини (або функції) бідності (або *прекаріарності*), культуру бідності та культуру залежності⁵³, а також про причини та наслідки безробіття (зокрема – «поріг терпимості» до неї)⁵⁴ з точки зору науки і з точки зору стереотипів масової свідомості (а ці два підходи – прямо протилежні).

Визначення ключових термінів теми №4:

Структура – це внутрішня будова *системи*, яка робить її стійкою проти зовнішніх впливів і яка представляє собою, по-перше, необхідну для існування системи сукупність елементів, а по-друге, специфіку їх зв'язків (їх вертикальний чи горизонтальний напрям та гнучкість, в залежності від чого елементи в структурі можуть бути або взаємозамінними та рівнозначними, або жорстко підпорядкованими).

Структура суспільства складається із великих соціальних груп (страт і націй) та об'єднувальних зв'язків між ними. (Т.4, п.1)

Суспільство як велика система складається із найбільших соціальних груп, які, у свою чергу, складаються із малих груп, а вже ті – із окремих особистостей, що виконують у групі якусь формальну чи неформальну роль. І лише в умовах соціальної кризи суспільство може розкладатися на малі групи (що не об'єднуються у великі), а крайній рівень цієї кризи називається **соціальною атомізацією**, яка є станом розпаду і відсутності згуртованих малих груп із спільними традиціями та соціальним контролем (що виявляється у відсутності почуття сорому перед кимось за будь-які дії).

Об'єднувальні зв'язки у суспільстві бувають двох типів: (1)*вертикальні*, що об'єднують «верхи» і «низи» в рамках одного «клану» (їх міцність базується на традиціях «сімейних», патерналістських відносин, характерних для доіндустріальної, феодалної епохи); (2)*горизонтальні*, що об'єднують людей із однаковим матеріальним і соціальним становищем в рамках однієї соціальної страти (їх міцність базується на спільних традиціях і стандартах життя, характерних для індустріальної, капіталістичної епохи).

Види соціальної нерівності: (1)*касти* – системна (законодавчо і культурно закріплена) нерівність можливостей і результатів, що взагалі не залишає людині права вибору соціального статусу; (2)*уніфікація* – безсистемна (ідеологічно засуджена і майже не використовувана) нерівність можливостей заради рівності результатів, що сильно обмежує соціальну мобільність; (3)*стратифікація* – рівність можливостей при нерівності результатів, що потребує соціальну мобільність і сприяє їй законодавчо і культурно.

Класова теорія (автор – К.Маркс) поділяє будь-яке суспільство на дві великі групи, одна з яких експлуатує іншу (тобто отримує надмірний прибуток із спільної діяльності) і між якими завжди точиться класова боротьба. Правомірна для опису перехідної фази у розвитку суспільства, але непридатна для пояснення фази стабільного розвитку. **Теорія соціальної стратифікації** (автор – П.Сорокін) поділяє будь-яке суспільство на декілька страт, взаємодія між якими відбувається шляхом соціальної мобільності та наслідування зразків культури вищих страт нижчими. Правомірна для опису стабільної фази у розвитку суспільства, але непридатна для пояснення фази перехідного розвитку.

Страти – це великі соціальні групи, об'єднані однаковим матеріальним і соціальним становищем та спільними нормами і цінностями. **Види соціальної стратифікації:** (1) *економічна* – поділ людей за ступенем багатства; (2) *політична* – поділ людей за розміром влади в їхніх руках; (3) *професійна* – поділ людей за ступенем майстерності та визнання в якості спеціаліста. Від домінуючого у людини виду стратифікації залежить, які у неї соціальні цінності (особливо – найголовніші життєві цілі та пріоритети) та який тип суспільної поведінки.

Соціальна мобільність – це пересування людини чи групи людей із однієї страти в іншу (*вертикальна мобільність*) або в межах однієї страти заради досягнення кращих позицій для соціального підйому (*горизонтальна мобільність*). **Соціальна маргінальність** – стан людини або групи, що за своїм матеріальним та соціальним статусом вийшла із попередньої страти, але не була прийнята у новій через невідповідність своїх норм та цінностей. Переважно буває тимчасовим станом (оскільки люди швидко соціалізуються у новій страті), але якщо він закріплюється, то такі люди випадають з-під дії соціального контролю і складають соціальну базу будь-яких масових злочинів і заворушень. (Т.4, п.2)

Відносна депривація – стабільний стан незадоволення людьми своїм суспільним становищем і суспільством узагалі через завищеність їх критеріїв успіху, що виникає при неінтегрованості до соціальної страти із її нормами та цінностями (якими і визначаються спільні стандарти життя та суспільні критерії успіху). **Соціальна аномія** – суспільний стан масової готовності до порушення будь-яких

⁵³ <http://www.index.org.ru/journal/21/yanizki21.html>; <http://ecsocman.hse.ru/socis/msg/18581504.html>; <http://www.sensusunov.ru/analytics/2011/02/04/5095.html>; <http://www.rg.ru/2013/06/21/bednost.html>; http://www.kgau.ru/distance/resources/alex/bib/2003_1-6/Davydova.doc; <http://web.snauka.ru/issues/2013/04/23422>; <http://demoscope.ru/weekly/2011/04/59/analit04.php>; http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1274/1/umk_2001_023.pdf; http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/staptp_2012_56_7.pdf; <http://reshal.ru/?p=10499>; [http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/9999-0201_West_soc_2002_1\(2\)/27.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/9999-0201_West_soc_2002_1(2)/27.pdf); http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/3/Emelianova-Drobysheva_Representations-of-Poverty/; http://www.uni-salzburg.at/fileadmin/oracle_file_imports/1221260.PDF; <http://novyn.kpi.ua/2010-2/07-filos-Melnichenko.pdf>; <http://kp.ua/economics/476075-za-chertoi-bednymy-sebia-schytait-dve-trety-ukrayntsev>; <http://www.moluch.ru/archive/58/8042/>

⁵⁴ <http://www.rae.ru/forum2011/14/607>; http://topknowledge.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=466:2010-08-01-17-40-38&catid=17:3&Itemid=23; http://knowledge.allbest.ru/sociology/2c0b65635a3bc78b4d53b88521316c27_0.html; <http://ecsocman.hse.ru/data/874/134/1217/006.SIGAREVA.pdf>; <http://esocio.narod.ru/lesson07.htm>; <http://www.ereport.ru/articles/macro/macro12.htm>; <http://ecsocman.hse.ru/data/683/606/1216/011Golenkova.pdf>; http://www.superinf.ru/view_helpstud.php?id=2707; <http://infolight.org.ua/content/dinamika-ta-geografiya-bezrobittya-v-ukrayini-ta-ies-u-2012-2013-rr>; <http://www.refine.org.ua/pageid-5001-1.html>; <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3241>; http://i-soc.com.ua/institute/Ukr_ta_Evro_ukr.pdf; http://www.ya.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=983:2011-10-27-08-31-18&catid=41:headlines&Itemid=91; http://www.ya.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1973:2015-02-16-10-03-53&catid=66:2010-09-01-19-18-01&Itemid=93; <http://www.ya.org.ua/images/pdf/10-11/7.pdf>; <http://www.gk-press.if.ua/node/9591>; <http://fp.cibs.ck.ua/files/1103/11kiytps.pdf>

правових норм та розпоряджень влади, що виникає при незабезпеченості розповсюджених у суспільстві критеріїв успіху загальновідомими та загальнодоступними шляхами його легального досягнення.

Модернізація суспільства – це цілеспрямоване трансформування усіх сфер життя за взірцем якоїсь іншої країни («доганяючий розвиток»). Буває **двох видів**: (1)*органічна модернізація* – реформи економічного характеру за ініціативи «низів» і під проводом гуманітарної еліти; (2)*неорганічна модернізація* – реформи політичного характеру за ініціативи «верхів» і під проводом технократичної еліти. Згадані два **види еліт** відрізняються таким чином: (а)*технократична* еліта – схильна до авторитарних, свавільно-силових методів керування людьми (запозичених із досвіду роботи з машинами); б)*гуманітарна* еліта – більш орієнтована на підтримання гарних стосунків із людьми, а тому схильна до ліберальних та демократичних методів управління. (Т.4, п.3)